

Dari Ekspresi Kreatif ke Nilai Tukar: Proses dan Hasil Komodifikasi Musik dalam Album “*Photograph*” Karya Grup Band *Themilo*

Shabira Rajwa Wiriasukma Radhinata¹, Henry Virgan², Novi Purnama Koswara³

^{1,3} Musik, Fakultas Pendidikan Seni dan Desain, Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

² Pendidikan Musik, Fakultas Pendidikan Seni dan Desain, Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

Article Info

Article history:

Received: Mei 29, 2026

Revised: Jun 5, 2026

Accepted: Jun 11, 2026

Kata Kunci:

Komodifikasi
Industri Musik
Nilai Tukar
Studi Kasus
Themilo

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji transformasi musik dari ekspresi kreatif menjadi nilai tukar melalui komodifikasi album “*Photograph*” karya grup band *Themilo*. Album ini berangkat dari pengalaman personal dan proses kreatif yang bertujuan merepresentasikan berbagai emosi, pengalaman dan narasi. Namun, dalam perkembangan industri musik, karya musik tidak hanya berfungsi sebagai media ekspresi artistik, tetapi juga sebagai komoditas yang dipengaruhi oleh dinamika ekonomi, teknologi dan sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus berdasarkan kerangka Robert K. Yin. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan, dengan dukungan teknik *pattern matching*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komodifikasi album “*Photograph*” berlangsung melalui beberapa tahapan, mulai dari pengembangan ide, produksi, hingga distribusi dalam format fisik dan digital. Proses tersebut menghasilkan berbagai bentuk nilai tukar, tidak hanya berupa keuntungan ekonomi, tetapi juga peluang pertunjukan, atensi audiens, capaian *streaming*, konten visual seperti *artwork* dan *music video*, serta merchandise. Temuan ini menunjukkan bahwa nilai guna musik sebagai ekspresi artistik dapat bertransformasi menjadi berbagai bentuk nilai tukar. Selain memperkuat konsep komodifikasi musik dalam perspektif ekonomi politik komunikasi, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa musisi independen dapat mempertahankan identitas artistiknya sekaligus menghasilkan nilai ekonomi melalui strategi distribusi dan pengemasan karya yang adaptif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *Themilo* berhasil mengkomodifikasikan karya musiknya yang awalnya berangkat dari ekspresi kreatif menjadi nilai tukar melalui berbagai bentuk keuntungan ekonomi dan non-ekonomi.

This is an open access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license.



Penulis Koresponden:

Shabira Rajwa Wiriasukma Radhinata,
 Musik,
 Universitas Pendidikan Indonesia,
 Jl. Dr. Setiabudi No.229, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154,
 Email: shabirarajwa@upi.edu

1. PENDAHULUAN

Setiap fase revolusi industri membawa keuntungan sekaligus tantangan, di mana pada revolusi industri ketiga internet berperan sebagai infrastruktur utama yang mendorong transformasi ekonomi dan peningkatan kesejahteraan melalui akses yang lebih luas terhadap barang dan jasa (Carr, 2003; Morrar, Arman, & Mousa, 2017). Perkembangan ini turut memengaruhi proses komodifikasi musik, yakni perubahan sesuatu yang semula tidak memiliki nilai ekonomi menjadi memiliki nilai tukar di pasar, sehingga nilai pasar berpotensi menggantikan nilai sosialnya (Marx, dalam Kabilla, 2023). Dalam konteks ini, komodifikasi tidak hanya berkaitan dengan produk sebagai komoditas, tetapi juga mencakup bagaimana komoditas tersebut diorganisasikan dan dikonstruksikan melalui proses produksi, distribusi dan konsumsi (Fairclough, 1992).

Fenomena komodifikasi dalam industri musik menunjukkan pergeseran fungsi musik dari ekspresi artistik menjadi komoditas bernilai tukar dalam sistem ekonomi dan media. Menurut Mosco, (2009) dalam perspektif ekonomi politik komunikasi, komodifikasi dipahami sebagai transformasi nilai guna menjadi nilai tukar melalui mekanisme pasar, sejalan dengan pandangan Marx, (1976) dalam Mosco, (2009) bahwa komoditas lahir dari kebutuhan fisik maupun kultural, sehingga tidak hanya memenuhi fungsi dasar, tetapi juga membentuk makna sosial. Dengan demikian, komodifikasi tidak semata proses ekonomi, melainkan juga berkaitan dengan dinamika sosial dan kultural. Dalam konteks industri budaya, proses ini meluas ke ranah seni, yang diproduksi secara massal dan berpotensi terstandarisasi serta kehilangan autentisitas (Adorno dan Horkheimer dalam Mustika dan Arifianto, 2018), sekaligus menunjukkan bahwa komoditas memiliki "kehidupan sosial" yang dibentuk melalui pertukaran dalam konteks tertentu (Appadurai, 1986; Piliang, 2003).

Proses tersebut tidak terlepas dari ekspansi kapitalisme yang mendorong komodifikasi aspek-aspek budaya menjadi bernilai ekonomi (Marx dalam Saudi, 2018). Dalam industri musik, komodifikasi semakin intensif seiring perkembangan teknologi yang memungkinkan musik direkam, direproduksi, dan didistribusikan secara luas dari era pra-modern hingga digital (Taylor, 2007 dalam Lihus, 2023), sehingga mengubah pola konsumsi dari kolektif menjadi lebih individual (Damar, 2015) dan menempatkan musik sebagai produk industri yang menghasilkan nilai ekonomi sekaligus atensi publik. Lebih lanjut, Mosco, (2009) mengidentifikasi komodifikasi dalam tiga bentuk utama, yaitu komodifikasi isi, khalayak dan pekerja, yang menunjukkan bahwa karya, audiens dan tenaga kerja sama-sama menjadi bagian dari mekanisme pasar. Transformasi ini semakin dipercepat oleh digitalisasi yang mengubah distribusi dan konsumsi musik ke dalam format fisik dan digital, meskipun tren produk fisik cenderung menurun, sehingga mempertegas pentingnya memahami komodifikasi musik dalam konteks industri musik kontemporer (Ramadhan, 2023).

Fenomena industri musik kontemporer menunjukkan kompleksitas yang semakin tinggi seiring perkembangan teknologi digital. Selain membuka peluang yang lebih besar bagi musisi untuk mendistribusikan karya mereka melalui ekosistem digital, perkembangan tersebut juga menciptakan lingkungan industri musik yang semakin kompleks karena didukung oleh kelimpahan konten dan berbagai mekanisme personalisasi yang ditawarkan *platform* digital. Berbagai *platform* musik kini mampu menyimpan jutaan lagu sekaligus, bahkan menyediakan fitur tambahan seperti studio virtual, ruang interaksi (*chat*) antara musisi dan audiens, serta peluang komersialisasi bagi pengguna. Selain itu, seluruh aktivitas tersebut dapat diakses secara *real time* dengan kecepatan tinggi, sehingga hampir tidak terdapat batasan waktu dalam proses distribusi, konsumsi, maupun interaksi musik, khususnya bagi pengguna dengan kapasitas internet yang memadai (Bramantyo, Tjaroko & Wulandari, 2020; Hesmondhalgh, Valverde, Kaye & Li, 2024).

Komodifikasi merupakan aspek yang penting untuk diteliti dimana sesuatu yang tidak memiliki nilai ekonomis diberi nilai dan karenanya bagaimana nilai pasar dapat menggantikan nilai-nilai sosial lainnya, dalam konteks musik yang awalnya hanya dinilai dari estetika dan ekspresi, kini telah berubah menjadi komoditas yang memiliki nilai ekonomi yang signifikan. Pemahaman mengenai komodifikasi musik menjadi penting bagi mahasiswa musik, musisi dan pelaku industri kreatif karena dapat memberikan wawasan mengenai strategi produksi, distribusi dan pemanfaatan berbagai *platform* yang mendukung keberlanjutan karya di tengah perkembangan industri musik. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada proses komodifikasi musik yang dilakukan oleh grup band *Themilo* untuk memahami bagaimana karya musik bertransformasi dari ekspresi kreatif menjadi komoditas yang memiliki nilai ekonomi dan simbolik.

Themilo merupakan grup band asal Bandung, Indonesia, yang mengusung *genre Shoegaze*, yang dibentuk pada tahun 1996. Grup band *Themilo*, dipilih karena memiliki popularitas dan pengaruh yang signifikan dalam industri musik, serta grup band *Themilo* merupakan bagian dari industri musik yang terus berkembang. Pada *platform* musik digital Spotify, grup band *Themilo* memiliki 25,815 pengikut dan 90,800 pendengar bulanan. *Themilo* juga memiliki 18,600 pengikut pada *platform* media sosial Instagram. Selain itu, album "*Photograph*" oleh grup band *Themilo*, dipilih karena telah mencapai kesuksesan yang signifikan. Album "*Photograph*" dirilis pada tahun 2011, sudah 14 tahun berlalu tetapi album ini merupakan album teratas grup band *Themilo* hingga saat ini. Peneliti memilih grup band *Themilo* sebagai subjek penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana proses komodifikasi musik album "*Photograph*" dan bagaimana grup band *Themilo* mengelola kesuksesan mereka dalam industri musik.

Sejumlah penelitian telah mengkaji komodifikasi musik dalam berbagai konteks, khususnya dalam era digital. Fleishcer, (2017) menunjukkan bahwa musik tetap menjadi komoditas meskipun didistribusikan secara gratis, karena nilai tukarnya bergeser ke bentuk tidak langsung seperti iklan, data pengguna dan eksposur audiens. Sejalan dengan itu, Putra, (2022) menemukan bahwa komodifikasi dalam industri musik digital tidak hanya berfokus pada produk musik, tetapi juga pada pengemasan isu dan identitas yang relevan dengan audiens melalui konten visual dan naratif. Sementara itu, Lihus, (2023) menyoroti bahwa komodifikasi musik tidak hanya berimplikasi ekonomi, tetapi juga membuka peluang performatif dalam komunikasi budaya, meskipun berpotensi menurunkan nilai sosiokultural jika audiens bersifat pasif.

Penelitian lain menekankan dimensi praktik dan konteks yang lebih spesifik. Kabilla, (2023) mengkaji strategi komodifikasi musik oleh musisi independen dalam *platform* digital, terutama dalam menghadapi keterbatasan sumber daya. Van Klyton, (2012) melihat komodifikasi musik dalam konteks global (*world music*), dengan menekankan bagaimana produksi, ruang dan identitas dibentuk melalui interaksi antara musisi dan industri. Sementara itu, Imawan, Ahimsa-Putra dan Simatupang, (2023) menunjukkan bahwa digitalisasi pada musik tradisional seperti Tarling tidak hanya memperluas distribusi, tetapi juga menggeser orientasi dari pelestarian budaya menuju kepentingan ekonomi.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut cenderung berfokus pada aspek tertentu, seperti distribusi digital, strategi industri, atau konteks global dan tradisional, sehingga belum secara komprehensif mengkaji keterkaitan antara proses kreatif, produksi, publikasi, hingga hasil komodifikasi dalam satu kesatuan analisis, khususnya pada konteks musik independen di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan mengkaji secara holistik proses dan hasil komodifikasi musik melalui studi kasus album "*Photograph*" karya grup band *Themilo*, dengan menggunakan kerangka komodifikasi Mosco (2009). Penelitian ini menjadi penting untuk memahami bagaimana karya musik tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi artistik, tetapi juga sebagai komoditas yang menghasilkan berbagai bentuk nilai, baik ekonomi maupun non-ekonomi, dalam ekosistem industri musik kontemporer.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam proses dan hasil komodifikasi musik album "*Photograph*" oleh grup band *Themilo* (Yin, 1987). Pendekatan ini dipilih karena mampu mengeksplorasi fenomena secara

kontekstual berdasarkan perspektif partisipan (Creswell, 1998 dalam Safarudin dkk., 2023; Patton, 1991; Patton, 2002), serta berlandaskan paradigma konstruktivisme yang memandang realitas sebagai hasil konstruksi sosial (Mulyana, 2003; Hidayat, 2003 dalam Umanailo, 2019).

Peneliti melakukan wawancara yang bertempat di *basecamp* grup band *Themilo*, pada hari Selasa, 5 Agustus 2025 yang dilakukan dengan durasi 2 jam. Subjek penelitian ini adalah grup band *Themilo* sebagai unit analisis utama yang dapat memberikan informasi tentang aktivitas grup band *Themilo* dalam konteks produksi, distribusi dan proses serta hasil komodifikasi musik, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama yang didukung oleh pedoman wawancara, catatan lapangan dan alat perekam (Arifin, 2017; Sugiyono, 2020). Wawancara dilakukan bersama ketiga (dari empat) personel grup band *Themilo*, yaitu Ajie Gergaji (vokalis dan gitaris), Taufik Hidayat (Upik) (gitaris), Budi Wiranto (Krucil) (drummer), (dan Sandi Mardiansyah (keyboardist)). Adapun profil informan penelitian disajikan pada tabel berikut:

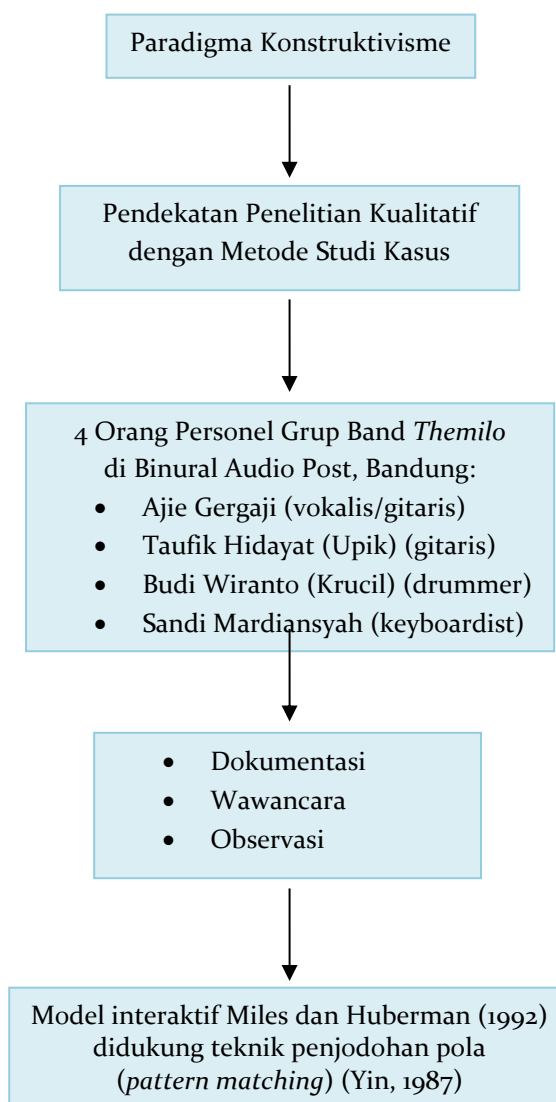
Tabel 1. Tabel Informan Penelitian.

Tabel Informan Penelitian			
No	Nama Informan	Posisi dalam Grup Band	Peran dalam Penelitian
1	Ajie Gergaji	Vokalis/Gitaris	Sumber data mengenai proses kreatif, produksi dan distribusi album.
2	Taufik Hidayat (Upik)	Gitaris	Sumber data mengenai proses kreatif dan identitas musikal band
3	Budi Wiranto (Krucil)	Drummer	Sumber data mengenai proses produksi dan aktivitas pertunjukan
4	Sandi Mardiansyah	Keyboardist	Sumber data mengenai identitas musikal band

Sumber: (Dokumentasi Pribadi, 2026).

Penelitian ini dilaksanakan pada periode Mei hingga Agustus 2025. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga sumber utama, yaitu dokumentasi, wawancara mendalam dan observasi (Yin, 1987). Wawancara dilakukan sebanyak dua kali dan observasi dilakukan selama tiga bulan untuk mengamati aktivitas grup band *Themilo* yang berkaitan dengan proses komodifikasi musik, sedangkan studi dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data pendukung berupa arsip, rilisan fisik, konten digital, foto, video dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian.

Untuk memberikan gambaran yang lebih sistematis mengenai alur dan tahapan penelitian, disusun visualisasi desain penelitian yang mencerminkan keseluruhan proses yang dilakukan. Visualisasi desain penelitian dapat dilihat pada Gambar 1. berikut.



Gambar 1. Gambaran Visual Desain Penelitian. (Dokumentasi Pribadi, 2026).

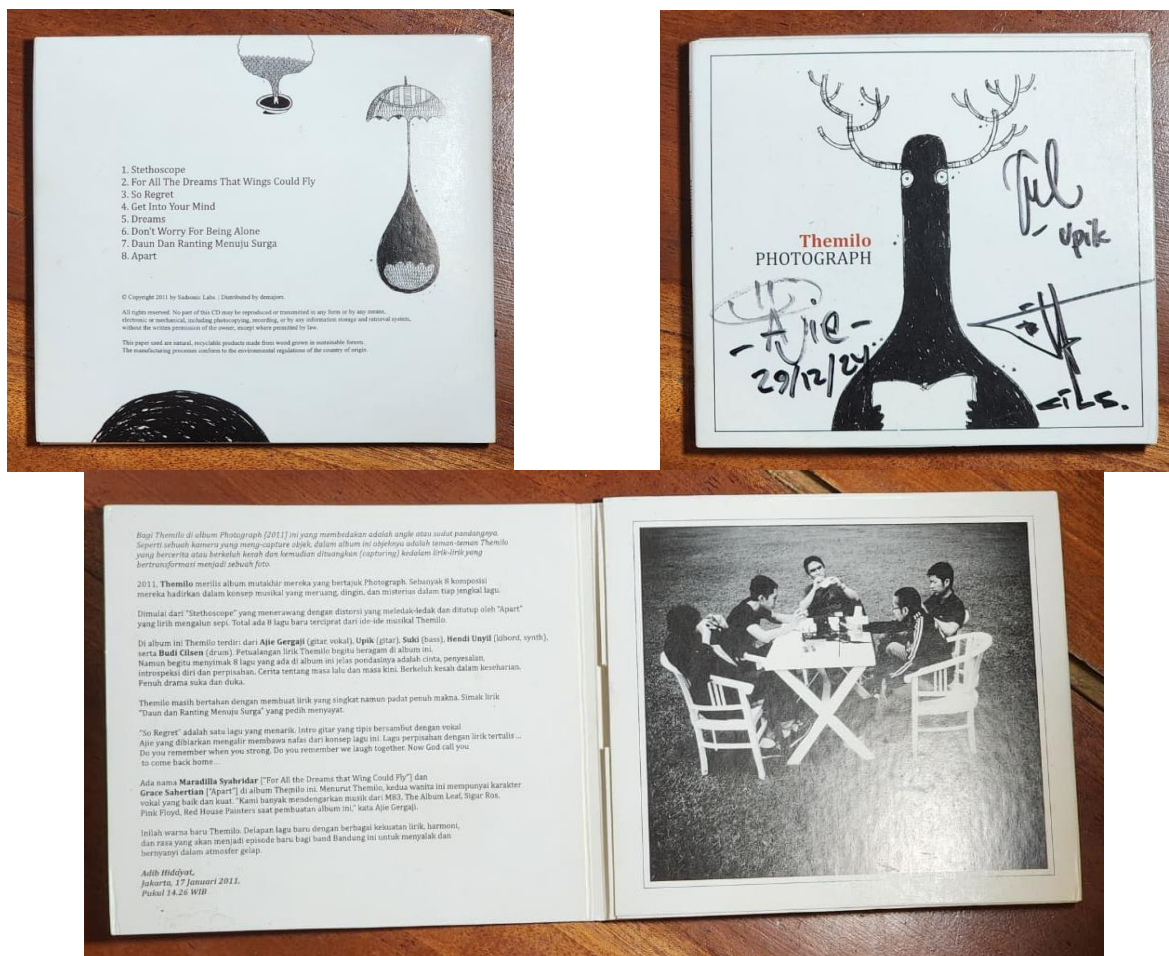
Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (1992) dalam Hardani dkk. (2020) yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi, serta didukung teknik penjadohan pola (*pattern matching*) untuk mengaitkan temuan empiris dengan kerangka teori (Yin, 1987). Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber dan pemeliharaan rangkaian bukti, sehingga hasil penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi dan relevan dengan konteks yang diteliti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses komodifikasi musik album "Photograph" yang dilakukan oleh grup band Themilo, mereka berusaha membangun citra dan atensi dari para pendengar musik, khususnya penikmat *genre Shoegaze* dengan cara melakukan promosi. Proses komodifikasi album "Photograph" oleh grup band Themilo menghasilkan berbagai bentuk keluaran yang mencerminkan keberhasilan tranformasi karya seni menjadi komoditas yang bernilai tukar.

3.1. Hasil

Hasil utama dari proses komodifikasi musik album “Photograph” adalah rilisnya album tersebut dalam format fisik berupa CD dan kaset melalui label rekaman Anoa Records pada tahun 2011. Rilis fisik ini menjadi bentuk konkret transformasi karya musik dari gagasan kreatif menjadi komoditas yang memiliki nilai tukar. Menurut Ajie Gergaji, vokalis dan gitaris grup band *Themilo*, produk fisik ini tidak hanya berfungsi sebagai media distribusi musik, tetapi juga sebagai objek koleksi yang memiliki nilai emosional bagi penggemar, terutama bagi penggemar yang menghargai format fisik sebagai simbol orisinalitas dan eksklusivitas. Dengan demikian, album “Photograph” dalam format CD dan kaset menjadi hasil awal sekaligus bentuk utama komodifikasi yang kemudian membuka peluang bagi berkembangnya bentuk-bentuk komoditas lain. Bentuk rilis fisik album “Photograph” dalam format CD dan kaset tersebut dapat dilihat pada Gambar 2 dan Gambar 3 berikut.



Gambar 2. CD Album “Photograph”. (Dokumentasi Pribadi, 2026).



Gambar 3. Kaset Album “Photograph”. (Dokumentasi Pribadi, 2026).

Selain melalui penjualan rilisan fisik, hasil Komodifikasi album “Photograph” dalam bentuk uang, diperoleh grup band *Themilo* melalui honorarium dari panggung pertunjukan. Kehadiran album “Photograph” membuka banyak kesempatan bagi grup band *Themilo* untuk tampil di berbagai panggung pertunjukan musik, yang kemudian menjadi salah satu sumber pemasukan finansial paling signifikan bagi grup band *Themilo*. Temuan tersebut juga tercermin dalam aktivitas pertunjukan langsung yang dilakukan oleh grup band *Themilo*, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Panggung Pertunjukan Grup Band *Themilo*. (Dokumentasi Pribadi, 2026).

Selain memperoleh pendapatan dari honorarium pertunjukan serta penjualan rilisan fisik seperti CD dan kaset, grup band *Themilo* juga mengembangkan bentuk komodifikasi lain melalui produksi dan penjualan *merchandise*. Menurut Budi Wiranto (Krucil), drummer grup band *Themilo*. *Merchandise* yang diproduksi, tidak hanya berfungsi sebagai produk komersial, tetapi juga sebagai media representasi identitas artistik dan sarana memperkuat keterikatan emosional antara band dengan penggemarnya. Dengan demikian, *merchandise* menjadi salah satu strategi penting dalam memperluas nilai tukar karya musik ke dalam bentuk produk turunan yang memiliki nilai ekonomi sekaligus simbolik. Bentuk *merchandise* yang diproduksi dan diperjualbelikan oleh grup band *Themilo* tersebut dapat dilihat pada Gambar 5 berikut.



Gambar 5. Merchandise Album "Photograph". (Dokumentasi Pribadi, 2026).

Untuk memberikan gambaran yang lebih konkret mengenai capaian ekonomi dari proses komodifikasi album "Photograph", disajikan data penjualan dari berbagai bentuk komoditas yang dihasilkan oleh grup band Themilo. Data penjualan ini diperoleh dari dokumentasi internal dan keterangan informan grup band Themilo mengenai distribusi album "Photograph" sejak pertama kali dirilis hingga periode penelitian berlangsung. Angka yang disajikan merupakan jumlah penjualan akumulatif dari rilisan fisik dan *merchandise* yang berhasil didistribusikan kepada konsumen selama periode tersebut. Data ini merefleksikan sejauh mana transformasi karya musik menjadi komoditas bernilai tukar berhasil direalisasikan dalam bentuk penjualan komoditas yang dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Data Penjualan Hasil Komodifikasi Album "Photograph".

Data Penjualan Hasil Komodifikasi Album "Photograph"		
No	Komoditas (Barang Dagangan)	Jumlah Terjual
1	CD	2000 Keping
2	Kaset	2000 Keping
3	Merchandise	100 Pcs

Sumber: (Dokumentasi Pribadi, 2026).

Berdasarkan tabel 2, album "Photograph" berhasil terjual sebanyak 2.000 keping dalam format CD dan 2.000 keping dalam format kaset, sedangkan *merchandise* terjual sebanyak 100 unit. Temuan ini menunjukkan bahwa rilisan fisik masih memiliki daya tarik di kalangan pendengar musik independen meskipun distribusi musik digital semakin berkembang. Tingginya angka penjualan CD dan kaset mengindikasikan bahwa album "Photograph" tidak hanya memiliki nilai guna sebagai media untuk menikmati musik, tetapi juga memiliki nilai tukar yang diwujudkan melalui aktivitas konsumsi dan koleksi oleh audiens.

Selain mendapatkan keuntungan dari segi ekonomi, mereka juga mendapatkan keuntungan berupa atensi dari pendengar dan penikmat musik maupun penggemar mereka. Berdasarkan informasi dari personel grup band Themilo, mereka memulai langkah publikasi menggunakan *platform* musik

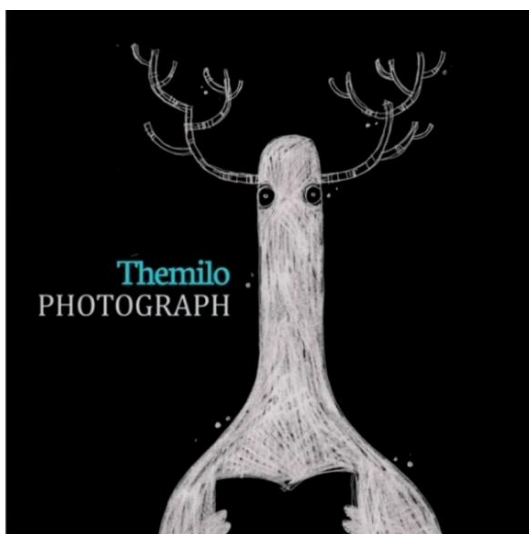
digital pada tahun 2017. Setelah dirilis melalui format fisik berupa CD dan kaset, album "Photograph" pun akhirnya resmi dirilis melalui *platform streaming* musik Spotify dan Apple Music pada tahun 2019, sedangkan pada *platform streaming* musik YouTube Music pada tahun 2020. Hasil komodifikasi ini terlihat pada distribusi digital yang dilakukan oleh grup band Themilo melalui *platform streaming* musik seperti Spotify, Apple Music dan YouTube Music, yang menjadi *platform* distribusi utama grup band Themilo untuk album "Photograph". Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Akumulasi Data Streaming Album "Photograph" pada Platform Musik Digital hingga Tahun 2025.

No	Judul Lagu	Jumlah Stream		
		Apple Music (2019)	Spotify (2019)	YouTube Music (2020)
1	<i>Stethoscope</i>	2,558	120,681	42,000
2	<i>For All The Dreams That Wings Could Fly (Feat. Maradilla Syahridar)</i>	2,266	769,823	327,000
3	<i>So Regret</i>	2,238	149,056	101,000
4	<i>Get Into Your Mind</i>	1,283	129,239	51,000
5	<i>Dreams</i>	4,629	152,930	66,000
6	<i>Don't Worry For Being Alone</i>	1,333	1,017,399	378,000
7	<i>Daun dan Ranting Menuju Surga</i>	1,897	1,478,505	373,000
8	<i>Apart (Feat. Grace Sahertian)</i>	15	108,039	13,000

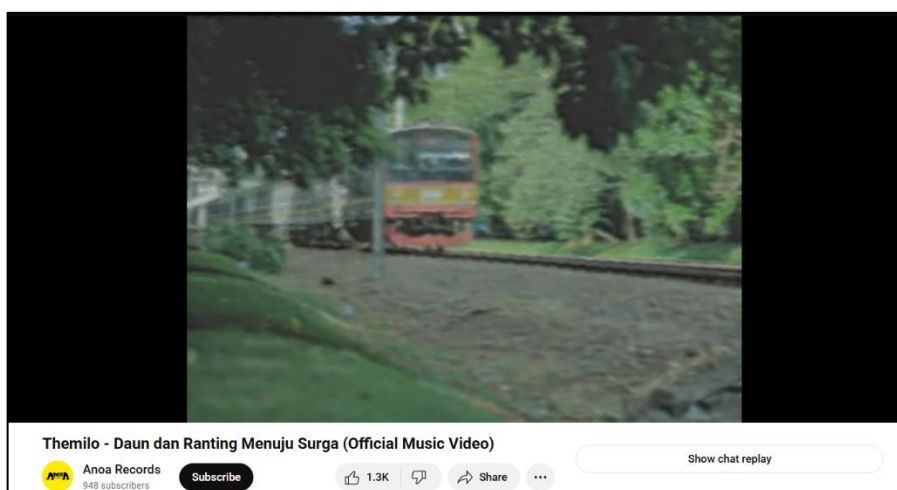
Sumber: (Dokumentasi Pribadi, 2026).

Album "Photograph" juga menghasilkan komoditas turunan yang memperluas lingkup komodifikasi, seperti konten visual berupa *artwork* dan *music video* yang berperan penting dalam mendukung keberadaan dan promosi karya, sekaligus menjadi bagian integral dari strategi komodifikasi musik. Konten visual ini tidak hanya memperkuat identitas artistik, tetapi juga meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens dalam ekosistem industri musik. Visualisasi *artwork* album "Photograph" tersebut dapat dilihat pada Gambar 6 berikut.



Gambar 6. Artwork Album "Photograph". (Dokumentasi Pribadi, 2026).

Music video yang dirilis adalah music video lagu "Daun dan Ranting Menuju Surga" pada album "Photograph", yang dipublikasikan pada tahun 2021 melalui platform YouTube oleh label rekaman Anoa Records. Konten visual ini berfungsi sebagai media untuk memperluas jangkauan distribusi lagu sekaligus memperkuat citra artistik band melalui visualisasi yang selaras dengan karakteristik *genre Shoegaze* yang diusung. Tampilan music video tersebut dapat dilihat pada Gambar 7 berikut.



Gambar 7. Music Video "Daun dan Ranting Menuju Surga". (Dokumentasi Pribadi, 2026).

3.2. Pembahasan

Pembahasan penelitian ini difokuskan pada analisis proses dan hasil komodifikasi musik album "Photograph" oleh grup band Themilo berdasarkan temuan yang diperoleh di lapangan. Analisis dilakukan menggunakan kerangka komodifikasi menurut Mosco (2009), yang mencakup *Commodification of Content*, *Commodification of Audience* dan *Commodification of Labor*, untuk mengidentifikasi bagaimana karya musik tersebut mengalami transformasi dari nilai guna sebagai ekspresi artistik menjadi nilai tukar yang menghasilkan berbagai bentuk keuntungan. Selain itu, pembahasan juga menguraikan metode komodifikasi yang diterapkan oleh grup band Themilo dalam memproduksi, mendistribusikan dan mengembangkan karya musiknya menjadi berbagai bentuk komoditas yang bernilai ekonomi maupun simbolik.

3.2.1. Analisis 3 Bentuk Komodifikasi Menurut Vincent Mosco (2009)

1. *The Commodification of Content* (Komodifikasi Isi)

Dalam *Commodification of Content*, pesan atau isi yang sebelumnya hanya memiliki nilai guna bertransformasi menjadi nilai tukar yang bernilai komersil. Dalam konteks musik, komodifikasi isi terjadi ketika karya musik yang awalnya bernilai guna yaitu sebagai media ekspresi artistik dan komunikasi emosi, berubah menjadi komoditas yang memiliki nilai tukar. Dalam perspektif *Commodification of Content* (Mosco, 2009), nilai album "Photograph" tidak hanya terletak pada keseluruhan lagu-lagu dalam album yang kemudian dikemas sebagai produk rilisan fisik (CD dan kaset) maupun digital, tetapi juga pada konsep artistik yang membangun identitas karya tersebut. Menurut Ajie Gergaji, vokalis/gitaris grup band *Themilo*, album ini dikembangkan berdasarkan gagasan "capturing moment", yaitu upaya merekam berbagai pengalaman, emosi dan peristiwa sehari-hari ke dalam bentuk musikal. Konsep tersebut menjadi fondasi kreatif yang membedakan album "Photograph" dari karya musik lainnya sekaligus membentuk daya tarik artistik yang dapat dikonsumsi oleh audiens.

Nilai artistik album "Photograph" juga dibangun melalui lirik yang berasal dari pengalaman personal para personel grup band *Themilo*, cerita orang-orang terdekat, serta refleksi terhadap berbagai peristiwa sehari-hari, namun dikemas dengan simbol dan kiasan yang mudah dipahami. Kedekatan tema dengan pengalaman kehidupan sehari-hari memungkinkan pendengar membangun keterhubungan emosional dengan karya, sehingga meningkatkan daya tarik dan nilai konsumsi album tersebut. Untuk memahami karakter isi yang ditawarkan kepada audiens, penelitian ini mengambil lagu "Daun dan Ranting Menuju Surga" sebagai contoh analisis. Lagu ini dipilih karena merupakan lagu dengan jumlah pemutaran (*stream*) tertinggi pada album "Photograph", sehingga dapat mempresentasikan konten musikal yang paling banyak diterima dan dikonsumsi oleh pendengar. Melalui lirik lagu ini, terlihat bagaimana pengalaman, refleksi dan ekspresi artistik dikemas menjadi karya musik yang tidak hanya memiliki nilai tukar dalam proses komodifikasi musik. Lirik tersebut disajikan pada Gambar 8.

Daun dan Ranting Menuju Surga - Themilo

*Hadapi hidup yang remuk
Hapus semua kenangan yang kelam
Semua nyata hati pun terluka*

*Gerak ini telah terdiam
Hati telah tertoreh pisau yang keji
Semua nyata akankah kau percaya?*

*Iringan bisikan terdalam
Celoteh gagak terdengar
Apakah kau 'kan percaya?
Semua telah usai tak terbayang
Celoteh gagak terdengar
Daun dan ranting menuju surga*

Gambar 8. Music Video "Daun dan Ranting Menuju Surga". (Dokumentasi Pribadi, 2026).

Selain aspek lirik, nilai komodifikasi isi album "Photograph" juga dibentuk oleh karakter musikal *Shoegaze* yang menjadi identitas grup band *Themilo*. Menurut Taufik Hidayat (Upik), gitaris grup band *Themilo*, karakter ini diwujudkan melalui penggunaan lapisan gitar yang saling bertumpuk, efek *reverb* dan *delay* yang dominan, serta pengolahan *sound design* yang menghasilkan suara luas dan atmosferik. Pendekatan tersebut menciptakan pengalaman mendengarkan yang imersif dan

emosional, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi artistik, tetapi juga menjadi daya tarik utama yang membedakan album "Photograph" dalam skena musik Indonesia. Dengan demikian, unsur estetika musikal menjadi bagian penting dari isi (*content*) yang dikomodifikasi dan dipertukarkan kepada audiens.

Untuk memperkuat analisis penelitian dan memberikan gambaran yang lebih konkret, peneliti menyusun transkrip partitur dari lagu "Daun dan Ranting Menuju Surga" yang merupakan lagu teratas dalam album "Photograph" oleh grup band Themilo. Transkrip partitur ini memuat detail notasi, akor dan struktur lagu yang menggambarkan secara teknis materi musikal yang menjadi objek komodifikasi, serta keterkaitannya dengan nuansa khas *genre Shoegaze* yang diusung oleh grup band Themilo. Berikut adalah analisis bagian yang menjadi sorotan dari lagu "Daun dan Ranting Menuju Surga" dalam album "Photograph" oleh grup band Themilo.

The image displays a musical score for the song "Daun dan Ranting Menuju Surga". It consists of two systems of staves. The first system includes: Rhythm Guitar (treble clef, E major key signature, 3/4 time), Lead (treble clef, E major key signature, 3/4 time, with glissando markings), Rhy. (treble clef, E major key signature, 3/4 time), Bass (bass clef, E major key signature, 3/4 time), Dr. (drum set notation), and Synth. (treble clef, E major key signature, 3/4 time). The second system includes: Lead (treble clef, E major key signature, 3/4 time, with glissando markings), Rhy. (treble clef, E major key signature, 3/4 time), Bass (bass clef, E major key signature, 3/4 time), Dr. (drum set notation), and Synth. (treble clef, E major key signature, 3/4 time). The score is written in E major and 3/4 time.

Notasi 1. Transkrip Partitur Lagu "Daun dan Ranting Menuju Surga". (Dokumentasi Pribadi, 2026).

Lagu "Daun dan Ranting Menuju Surga" memiliki tonalitas E Mayor, dengan birama $\frac{3}{4}$ dan tempo 120 BPM. Bagian yang menjadi sorotan pada lagu ini adalah bagian *intro* lagu, yaitu melodi petikan gitar yang repetitif pada bagian *rhythm*. Selain itu, pada bagian birama 18-36, instrumen gitar pada bagian *lead* memainkan melodi dengan menggunakan teknik *glissando* ditambah dengan efek *reverb* dan *delay* khas *Shoegaze*. Dengan adanya transkrip partitur lagu, penelitian tidak hanya menyajikan kajian teoretis tentang komodifikasi musik, tetapi juga menghadirkan bukti dokumenter yang dapat digunakan untuk memperdalam pemahaman dan analisis penelitian, serta membantu menelusuri bagaimana elemen-elemen tersebut mendukung proses komodifikasi isi (*Commodification of Content*) dengan mengemas lagu menjadi komoditas yang bernilai tukar.

Selain aspek-aspek tersebut, komoditas turunan seperti *artwork* album "Photograph" karya Astronautboys, *music video* "Daun dan Ranting Menuju Surga" juga merupakan aspek komodifikasi isi yang dilakukan oleh grup band Themilo untuk mendukung proses distribusi, promosi dan konsumsi karya musik grup band Themilo.

2. *The Commodification of Audience*

Dalam *Commodification of Audience*, khalayak dijadikan sebagai komoditas yang memiliki nilai tukar. Dalam penelitian ini, komodifikasi khalayak terlihat dari bagaimana audiens album "Photograph" menjadi bagian dari komodifikasi musik. Audiens yang mengakses lagu-lagu grup band Themilo melalui *platform* musik digital, juga audiens yang hadir dan membeli tiket saat grup band Themilo tampil di panggung pertunjukan.

3. *The Commodification of Labor*

Dalam *Commodification of Labor*, pekerja dimanfaatkan sebagai penggerak kegiatan produksi sekaligus distribusi untuk menghasilkan komoditas yang memiliki nilai tukar. Dalam penelitian ini, personel grup band Themilo merupakan pekerja yang dimaksudkan, terlihat dari bagaimana keterampilan, kreativitas dan waktu yang diinvestasikan oleh grup band Themilo dengan berlatih sebelum tampil, membuat sebuah karya yang menjadi komoditas, serta komoditas lain seperti *merchandise*. Aspek-aspek komodifikasi pekerja yang dilakukan oleh grup band Themilo juga meliputi penggunaan peralatan musik yang digunakan untuk sarana kerja kreatif sekaligus memperkuat identitas *sound design* grup band Themilo. Selain itu, kerjasama dengan *team* dan *crew*, label rekaman dan relasi turut menjadi komodifikasi pekerja dalam komodifikasi musik album "Photograph" oleh grup band Themilo.

Dengan demikian, analisis melalui tiga bentuk komodifikasi oleh Vincent Mosco (2009) dapat disimpulkan bahwa inti dari komodifikasi adalah mendapatkan nilai tukar yang menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang dihasilkan dari proses komodifikasi tidak selalu berupa uang, melainkan juga hadir dalam bentuk lain seperti atensi dari pendengar, yang mana keuntungan yang dimaksud merupakan hasil inti dari komodifikasi itu sendiri. Analisis tersebut juga memperlihatkan bahwa album "Photograph" oleh grup band Themilo bukan hanya sebuah karya musik, tetapi juga sebuah komoditas yang memadukan nilai seni, strategi distribusi, partisipasi khalayak dan pemanfaatan tenaga kerja untuk menghasilkan keuntungan.

3.2.2. Metode Komodifikasi Musik Grup Band Themilo

Komodifikasi musik album "Photograph" berlangsung melalui serangkaian tahapan yang saling terintegrasi. Proses ini diawali dari tahap produksi yang berangkat dari pengalaman personal dan ekspresi artistik, kemudian dikemas dalam format rilisan fisik seperti CD dan kaset, serta diperluas ke ranah digital melalui *platform* Spotify, Apple Music dan YouTube Music. Komodifikasi tidak berhenti pada karya musik sebagai produk utama, tetapi juga mencakup pengembangan komoditas turunan, seperti *artwork* album, *music video* dan *merchandise*, yang berfungsi memperkuat identitas artistik band. Selain itu, grup band Themilo memanfaatkan panggung pertunjukan sebagai ruang distribusi dan promosi yang strategis, sehingga turut meningkatkan nilai komersial dan visibilitas karya mereka. Dengan demikian, metode komodifikasi yang diterapkan menunjukkan bahwa karya musik dapat diposisikan sebagai komoditas yang bernilai, tidak hanya secara ekonomi melalui penjualan dan distribusi, tetapi juga secara simbolik melalui atensi penggemar, representasi identitas visual, serta keberadaan dalam skena musik Indonesia.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komodifikasi musik album "Photograph" oleh grup band Themilo berlangsung melalui transformasi gagasan kreatif menjadi karya yang memiliki nilai tukar melalui proses produksi, publikasi dan distribusi. Komodifikasi tersebut tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi melalui pertunjukan dan penjualan rilisan fisik maupun digital, tetapi juga menghasilkan nilai simbolik berupa atensi audiens, penguatan identitas artistik, serta pengembangan komoditas turunan seperti *artwork*, *music*

video dan *merchandise*. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa karya karya musik dapat berfungsi tidak hanya sebagai media ekspresi artistik, tetapi juga sebagai komoditas yang memiliki nilai ekonomi, sosial dan simbolik. Kontribusi penelitian ini terletak pada penyajian gambaran empiris mengenai proses komodifikasi musik dalam konteks band independen di Indonesia, khususnya dalam menghubungkan aspek kreativitas, produksi, distribusi dan konsumsi musik. Namun demikian, penelitian ini terbatas pada satu studi kasus sehingga temuan yang diperoleh belum dapat menggambarkan seluruh praktik komodifikasi dalam industri musik independen. Selain itu, penelitian ini lebih berfokus pada perspektif musisi sehingga belum mengkaji secara mendalam pengalaman dan respons audiens terhadap proses komodifikasi tersebut. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji objek yang lebih beragam, seperti musisi solo, *genre* musik yang berbeda, atau ekosistem musik digital yang lebih luas, serta melibatkan perspektif audiens guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika komodifikasi musik di era kontemporer.

DAFTAR REFERENSI

- Appadurai, A. (1986). *The Social Life of Things: Commodities in a Cultural Perspective*. Cambridge University Press.
- Arifin, J. (2017). SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi. PT Elex Media Komputindo. Kelompok Gramedia, Anggota IKAPI, Jakarta.
- Bramantyo, T., Tjaroko, W.S., & Wulandari, E.E. (2020). *Perkembangan Industri Musik di Indonesia: Sebuah Perspektif Ekonomi Kreatif*. Perpustakaan ISI Yogyakarta.
- Carr, N.G. (2003). *IT Doesn't Matter*. *Harvard Business Review*.
- Damar. (2015). *Live Music Sebagai Komoditas dalam Pembentukan Ruang Masyarakat Urban*. Repository Institut Kesenian Jakarta Sekolah Pascasarjana.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Wiley, 1993.
- Fleischer, R. (2017). *If the Song has No Price, is it Still a Commodity? Rethinking the Commodification of Digital Music*. *Culture Unbound, Volume 9, Issue 2*. Linköping University Electronic Press.
- Hardani., Ustiaty, J., Andriani, H., & Istiqomah, R.R., (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hesmondhalgh, D., Valverde, R. C., Kaye, D. B. V., Li, Z. (2024). *Critically Analyzing Platform Interfaces: How Music-Streaming Platforms Frame Musical Experience*. *University of Leeds, UK. International Journal of Communication*.
- Imawan, K. Ahimsa-Putra, H. S., Simatupang, G.R. L. L. (2023). *Capital Commodification in the Field of Tarling Music Digitalization*. *International Conference on Art, Design, Education and Cultural Studies. KnE Life Sciences*.
- Kabilla, Y.A.Z. (2023). *Upaya Grup Band Sink in The Blue Ocean dalam Komodifikasi Musik dalam Platform Digital*. Repository Universitas Pendidikan Indonesia.
- Lihus, M. (2023). *The Commodification of Music: Performative Dimensions*. *AGATHOS International Review*.
- Morrar, R., Arman, H., & Mousa, S. (2017). *The Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0): A Social Innovation Perspective*. *Technology Innovation Management Review*. DOI: 10.22215/timreview/1117.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication Second Edition*. Sage Publications.
- Mulyana, D. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mustika, R. & Arifianto, S. (2018). *Komodifikasi "Popularitas Selebritis" untuk Mendulang Suara Pemilu Legislatif 2019*. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. DOI: 10.31445/jskm.2018.220204.
- Noverdy, P. (2022). *Komodifikasi Musik Populer di Era Digital (Studi Kasus Terhadap Label Musik Sun Eater)*. *Scholar Universitas Andalas*.
- Patton, M.Q., (1991). *How to Use Qualitative Methods in Evaluation*. Sage Publications. *The Regents of the University of California*.

- Patton, M.Q., (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. Sage Publications.
- Piliang. (2003). *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Jelasutra.
- Ramadhan, F. (2023). *Model Continuance Digital Music Streaming Services di Indonesia*. Thesis. Repository Universitas Pendidikan Indonesia.
- Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Innovative: Journal of Social Science Research*.
- Saudi, Y. (2018). Media dan Komodifikasi Dakwah. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. DOI: 10.31764/jail.v2i1.537.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Umanailo, M. C. B. (2019). *Paradigma Konstruktivis*. DOI: 10.31219/osf.io/9jzt.
- Van Klyton, A. C. (2012). *The Social Life of Music: Commodification, Space, and Identity in World Music Production*. King's College London.
- Yin, R. K. (1987). *Case Study Research: Design & Methods*. Terjemahan: PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.