

---

## Komoditas Musik dalam Skena Musik Underground di Bandar Lampung

---

### INFO PENULIS    INFO ARTIKEL

Bian Pamungkas  
Universitas Lampung  
bian.cellist@gmail.com  
+6282177297368

ISSN: ISSN: 2807-7474  
Vol. 5, No. 1, April 2025  
<http://jurnal-unsultra.ac.id/index.php/seduj>

Prisma Tejapermana  
Universitas Lampung  
prizmatejapermana@gmail.com  
+6282178055768

Erizal Barnawi  
Universitas Lampung  
erizal.barnawi@fkip.unila.ac.id

© 2025 Unsultra All rights reserved

---

### **Saran Penulisan Referensi:**

Pamungkas, B., Tejapermana, P., & Barnawi, E. (2025). Komoditas Musik dalam Skena Musik Underground di Bandar Lampung. *Sulawesi Tenggara Educational Journal*, 5(1), 210-216.

---

### **Abstrak**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa bagaimana komodifikasi terjadi pada skena musik *underground* di Bandar Lampung sebab di era digital saat ini pemasaran karya musik bukan menjadi suatu hambatan seperti pada era 1990-2000-an yang harus dinaungi oleh label besar untuk memasarkan karya-karya kelompok musik. Metode penelitian ini ialah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, komodifikasi budaya yang terjadi pada skena musik *underground* ini dapat ditelusuri dengan analisis interpretasi data dalam paradigma penelitian kualitatif. Orang yang mengalami menginterpretasi dunianya atau pengalamannya. Proses komodifikasi merupakan jalan bagi para kelompok musik tersebut untuk dapat terus menjaga keberlangsungan mereka di ruang skena musik *underground*, dan dengan didukung oleh perkembangan zaman yang semakin maju semakin membuka celah-celah bagi mereka untuk dapat bersaing dalam ekosistem musik dengan ruang lingkup Nasional maupun lokal meski terkesan terpinggirkan akan tetapi jika dilihat dari gejolak perkembangan skena musik *underground* yang ada di Bandar Lampung banyak kelompok musik yang terus mendapatkan minat dan perhatian dari masyarakat penikmat skena tersebut.

**Kata Kunci:** skena, musik *underground*, komodifikasi

### Abstract

This study aims to analyze how commodification occurs in the underground music scene in Bandar Lampung because in the current digital era, marketing musical works is not an obstacle like in the 1990s-2000s which had to be protected by major labels to market the works of music groups. This research method is qualitative with a phenomenological approach, cultural commodification that occurs in this underground music scene can be traced by analyzing data interpretation in a qualitative research paradigm. People who experience it interpret their world or their experiences. The commodification process is a way for these music groups to be able to continue to maintain their sustainability in the underground music scene space, and with the support of increasingly advanced developments, it opens up more gaps for them to be able to compete in the music ecosystem with a national and local scope, even though they seem marginalized, but if you look at the turmoil of the development of the underground music scene in Bandar Lampung, many music groups continue to get interest and attention from the community who enjoy the scene

**Key Words:** scene, music underground, comoodification

### A. Pendahuluan

Kesenian merupakan salah satu jalan bagi para senimannya untuk mengungkapkan suatu gagasan pemikiran terhadap suatu gejala atau fenomena yang dapat ditangkap oleh panca indra. Melalui media seni, sang seniman mampu menyuarakan kegelisahannya baik itu berupa respon, kritik maupun pemaknaan tentang sesuatu hal dengan landasan pemikiran yang idealis pula. Perkembangan tentang kesenian itu sendiri telah menjelma menjadi kantong-kantong kecil ruang seni yang banyak salah satunya di wilayah seni musik. Musik sebagai sebuah seni merupakan medium yang ampuh jika ingin menyuarakan isi pemikiran dengan menggunakan pendekatan bahasa yang tertuang menjadi sebuah lirik dalam lagu.

Jenis musik yang akan dibahas dalam hal ini adalah musik *underground*. Musik *underground* adalah istilah umum yang merujuk kepada berbagai macam komunitas musik yang menggunakan musik sebagai media perlawanan terhadap suatu hal, contohnya genre punk, rock and roll, metal dan *hardcore* (Nurcahyana, 2019). Pendapat lain menyatakan Akbar dalam Nugraha dkk mengatakan Tahun 1970-an atau ketika berakhirnya masa pemerintahan Sukarno menjadi era cikal bakal lahirnya kelompok-kelompok musik *underground*. Istilah *underground* pada saat itu digunakan oleh salah satu majalah musik dan gaya hidup pionir asal Bandung, untuk mengidentifikasi band-band yang memainkan musik keras dengan lagu atau lirik berbahasa Indonesia dan gaya yang lebih 'liar' dan 'ekstrem' untuk ukuran zamannya (Nugraha, 2017).

Menurut (Taufik Adi Susilo, 2009) Eropa telah mengalami puncak kejayaan dari sebuah revolusi kebudayaan di bidang kesenian menolak hal hal baru dikarena dianggap merusak tatanan masyarakat yang sudah terbentuk, sementara sebagian kelompok generasi muda mengalami kebosanan, pergerakan yang dipelopori oleh para pegiat puisi, teater, senirupa, sastrawan, pemusik hingga filsuf memamerkan dan mementaskan karya karyanya di lorong stasiun kereta api bawah tanah pada lingkup yang terbatas atau dalam komunitas itu saja, karya yang diciptakan saat itu menjadi dasar perkembangan karya seni yang sekarang, dari situlah muncul istilah *Underground* untuk pertama kali. Gaya bermusik disertai dengan lirik yang liar merupakan pengejawantahan dari perlawanan terhadap arus *mainstream*/Populer itu sendiri sehingga dapat terwujud berupa respon terhadap fenomena yang terjadi pada saat ini. Fenomena tersebut mempunyai banyak cakupan dimensi diantaranya seperti permasalahan sosial, budaya, maupun topik yang paling sensitif yakni isu politik. Penelitian ini berusaha mengungkapkan bagaimana perkembangan skena musik *underground* yang terjadi di Bandar Lampung dan bagaimana mereka melakukan proses komodifikasi, meliputi strategi marketing di skena itu sendiri, Banyak sekali kegiatan pertunjukan yang dilakukan sepanjang 2023 dan awal 2024 sudah terekam di media sosial seperti Lampung Bersatu yang sudah melakukan kegiatan untuk ke-8 kalinya, kemudian ada juga November Rock yang sudah berjalan ke-5 kali, dan masih banyak kegiatan yang sudah ada dan terus berkembang dalam skena musik *underground* ini.

Strategi marketing tentunya berhubungan dengan komoditas yang berada dalam cakupan skena musik *underground* itu sendiri seperti karya musik, *merchandise*, tiket konser dll. Komoditas dalam skena musik *underground* tentunya berbeda dengan komoditas yang ada dalam pasar industri arus utama. Dalam skena musik *underground* komoditas ini terhubung erat kaitannya dengan identitas budaya kaum marjinal yang lebih menekankan segala sesuatunya dengan prinsip *DIY (do it yourself)* sehingga cakupan marketnya tidak sebesar arus utama. Terbentuknya sebuah identitas dalam komunal merupakan hal yang terus bertumbuh dengan fleksibel sehingga bagian dari sosial komunal tersebut saling berbagi perasaan yang sama untuk menguatkan citra dirinya dimata orang lain. Hal dalam sigalingging memaknai identitas sebagai suatu produksi, bukan esensi yang tetap dan menetap. Dengan begitu, identitas selalu berproses, selalu membentuk, di dalam bukan di luar representasi. Hal ini menandakan jika identitas bukanlah sesuatu yang tetap dan memiliki "pakem" utuh yang akan bertahan dalam perkembangan zaman. Identitas bersifat "cair" dan akan selalu berproses sesuai dengan dinamika dan wacana yang mengelilinginya (Sigalingging, 2020).

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk menganalisa budaya yang terjadi di skena musik *underground* terkait bagaimana suatu kelompok tersebut melakukan komodifikasi dalam strategi marketing di dalam ruang lingkup sosial tersebut. Jonathan dalam hadi menyatakan Penelitian fenomenologis fokus pada sesuatu yang dialami dalam kesadaran individu, yang disebut sebagai intensionalitas. Intensionalitas, menggambarkan hubungan antara proses yang terjadi dalam kesadaran dengan obyek yang menjadi perhatian pada proses itu. Dalam term fenomenologi, pengalaman atau kesadaran selalu kesadaran pada sesuatu, melihat adalah melihat sesuatu, mengingat adalah mengingat sesuatu, menilai adalah menilai sesuatu. Sesuatu itu adalah obyek dari kesadaran yang telah distimulasi oleh persepsi dari sebuah obyek yang "real" atau melalui tindakan mengingat atau daya cipta (Hadi & Rusman, n.d.)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa bagaimana komodifikasi terjadi pada skena musik *underground* di Bandar Lampung sebab di era digital saat ini pemasaran karya musik bukan menjadi suatu hambatan seperti pada era 1990-2000-an yang harus dinaungi oleh label besar untuk memasarkan karya-karya kelompok musik. Skena *underground* yang juga merupakan kelompok sosial kecil tentunya memiliki cara tersendiri dalam keberlangsungan kehidupan sosialnya, hal ini menjadi menarik mengingat terbukanya segala akses informasi dan pemasaran di era digitalisasi saat ini.

## B. Metodologi

Metode penelitian ini ialah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, komodifikasi budaya yang terjadi pada skena musik *underground* ini dapat ditelusuri dengan analisis interpretasi data dalam paradigma penelitian kualitatif. Orang yang mengalami menginterpretasi dunianya atau pengalamannya. Menurut Heidegger bahwa keberadaan kita di dunia (*being in the world*) merupakan unsur pijakan penting untuk mengerti suatu gejala, fakta atau realita. Peristiwa yang dialami tidak mungkin dimengerti tanpa memahami konteks di sekelilingnya (Raco, 2010). Komodifikasi budaya pada skena musik *underground* ini mencoba menganalisa fakta dan realita bagaimana kelompok musik yang ada dalam ruang tersebut memasarkan produk karya musik, *merchandise*, maupun interaksi budaya yang hadir didalamnya.

Secara bahasa Fenomenologi berasal dari kata Inggris (*phenomenon*) dan Yunani, *phainomenon*, yaitu apa yang tampak. Fenomen mempunyai pengertian suatu obyek atau gejala yang tampak pada kesadaran kita secara indrawi. Dalam arti sempit, fenomenologi adalah ilmu yang melihat gejala penampakan diri pada kesadaran kita. Dalam arti luas, fenomenologi adalah ilmu tentang fenomen-fenomen atau apa saja yang tampak. Fenomenologi merupakan sebuah pendekatan filsafat yang memusatkan diri pada analisis terhadap gejala yang mengaliri kesadaran manusia (Bagus, 2000: 234) dalam (Dahlan 2010).

Data yang dikumpulkan meliputi hasil observasi, studi literatur dan wawancara terhadap pelaku kebudayaan tersebut sehingga hasil dari data tersebut dianalisis untuk dapat dilakukan interpretasi terkait komodifikasi serta budaya yang terjadi kepada pelaku musik *underground*. Tujuan penelitian ini juga sekaligus berusaha mengungkapkan fakta terkait bagaimana keberlangsungan ruang seni dalam lingkup kecil yakni skena musik *underground* bisa tetap menjaga keberlangsungannya di tengah arus populer yang melanda masyarakat Indonesia sebab perjuangan mereka dalam melakukan komodifikasi budaya musik *underground* memiliki daya tarik tersendiri baik itu bagi orang awam yang belum mengenal lebih dekat.

### C. Hasil and Pembahasan

Musik *underground* memiliki karakteristik khas yang cenderung tidak dimiliki oleh genre musik lainnya. Musisi *underground* lebih sering memproduksi karya musiknya di luar industri musik mainstream, mereka merilis lagu maupun album secara independen atau melalui agregator maupun label kecil. Dari aspek vokal cenderung mengeksplorasi gaya, teknik atau suara yang tidak konvensional, hal ini dimaksudkan untuk menyuarakan lirik mereka dengan keras atau dengan berteriak (*scream*). Komunitas pada musik *underground* cukup solid, baik musisi dan penggemarnya, maupun musisi dengan musisi pada lintas genre musik *underground*. Selain pada event besar, pementasan musik *underground* sering diadakan di lokasi yang dianggap tidak mainstream seperti di ruang bawah tanah, klub/kafe kecil.

Menurut Todorovic (2003) Musik *underground* adalah genre musik yang tidak dianggap sebagai musik arus utama atau sering disebut juga musik mainstream dan berbeda dengan musik populer di kalangan orang banyak. Hal ini mencakup seperti genre musik punk, indie, metal dan lain-lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa musik *underground* merupakan genre-genre yang menyuarakan kritik sosial melalui media musik. Genre musik yang dikategorikan ke dalam musik *underground* diantaranya ialah *hardcore*, *punk*, *grindcore*, *metal*, dan lain sebagainya.

Ekosistem musik *underground* yang aktif disebut juga dengan Skena, tempat-tempat yang sering digunakan untuk konser musik *underground*, dan budaya yang mengelilingi musik *underground* tersebut. Sedangkan "*Gigs*" merupakan istilah ini lebih spesifik dan merujuk pada penampilan langsung atau konser yang dilakukan oleh musisi atau band. *Gigs* bisa berupa penampilan tunggal dengan konsep seorang musisi atau band tampil di depan audiens. Dapat diartikan juga sebagai serangkaian *gig* yang dilakukan di berbagai lokasi sebagai bagian dari tur promosi. Pertunjukan musik di klub, festival musik, atau pertunjukan di berbagai tempat dapat juga dimaknai sebagai *gigs*.



Gambar 1. Salah satu pertunjukkan musik *underground* di tempat yang cenderung tidak luas (Dokumentasi Wisdom teeth disorder 2024)

Pertunjukkan musik *underground*, atau yang dikenal oleh para penikmat musik dengan sebutan "*gigs*", cukup sering diadakan di kota Bandar Lampung, Hal ini dikarenakan komunitas musik *underground* cukup berkembang di Kota ini. Beberapa event ada yang didanai oleh sponsor, dan ada juga event yang sumber pendanaannya secara kolektif. Selain Bandar Lampung, daerah lain di Provinsi Lampung geliat musik *Underground* cukup dirasakan di Kabupaten Pringsewu, Kota Metro, dan Kabupaten Lampung timur. Daerah-daerah tersebut memiliki band-band yang cukup dikenal di kancah musik-musik *underground*. Media-media sosial yang spesifik pada konten *event* musik daerah juga turut andil dalam menjaga geliat musik *underground*. Meski memang event-event semacam ini lebih sering diadakan di Bandar Lampung.

Pada perkembangannya, band-band yang memainkan genre ini cukup banyak dan beragam, hal ini dipengaruhi juga oleh seringnya *event/gigs* musik *Underground* dilaksanakan. Para penikmatnya memang *segmented*, tidak semua lapisan masyarakat dapat menikmati lagu-lagu *underground* maupun pertunjukannya. Namun antusias para penggemar musik *underground* ini terbilang cukup besar, terlihat dari setiap *event/gigs* yang diselenggarakan selalu ramai oleh para penggemar, baik itu *gigs* dengan tiket yang berbayar maupun *gigs* yang gelar tanpa tiket.



Gambar 2. Salah satu *gigs* musik *underground* dengan sistem ticketing/berbayar (dokumentasi Prisma:2024)

Beberapa *gigs* dikelola secara kolektif, atau dengan sumber biaya untuk pelaksanaannya dihimpun dari kelompok musik yang akan mengisi acara tersebut. Tidak jarang komunitas musik tersebut bekerjasama dengan beberapa *cafe* yang tidak alergi dengan musik *underground*. Bentuk kerjasama dilakukan dengan cara mendatangkan konsumen bagi *cafe* sebagai tempat event berlangsung, konsumen-konsumen/pengunjung *cafe* tersebut merupakan para penggemar musik *underground*, sehingga saling menguntungkan bagi penyelenggara maupun *cafe* yang menyediakan tempat untuk *event*. Hal ini dapat memangkas biaya yang harus dikeluarkan untuk sewa tempat/*venue*, sehingga dengan dana minim pun *gigs* musik *underground* dapat tetap berjalan.

Skena ini merupakan ruang bagi pelaku musik *underground* untuk melakukan proses komodifikasi tempat dimana terjadi interaksi antara penampil dan penonton. Mosco dalam subandi mengatakan Secara spesifik, proses komodifikasi komunikasi melibatkan transformasi pesan, mulai dari bit data ke sistem pemikiran yang berarti, menjadi produk yang dapat dipasarkan (Subandi et al., n.d.) Tawaran yang diberikan oleh penyaji berupa pertunjukan langsung dan tentu saja segala aksesoris yang berkaitan dengan kelompok musik tersebut, bisa berupa baju, gantungan kunci, ataupun hal-hal unik lainnya yang mencirikan persona kelompok musik tersebut, yang biasanya lebih umum disebut dengan *merchandise*. Isma adila dan Arif Budi Prasetya (2020) dalam bukunya mengatakan bahwa ada tiga bentuk komodifikasi, yakni komodifikasi konten, komodifikasi audiens, dan komodifikasi pekerja (Isma Adila & Arif Budi Prasetya, 2020). Komodifikasi konten yang terjadi dalam musik *underground* ini ialah bagaimana kelompok musik tersebut membangun *personal branding* mereka melalui citra yang tersirat di media sosial, lirik lagu yang mereka bawakan, *merchandise*, logo dan lain-lain yang membuat masyarakat skena itu tergerak untuk menyukai konten yang mereka hasilkan.

Komodifikasi audiens juga dihadirkan melalui ucapan testimoni oleh para pelaku di skena musik *underground* tersebut yang telah lebih dulu mencapai kepopuleran di mata para penikmat musik *underground* sehingga melalui promosi serta rangkaian apresiasi yang terekam dalam media sosial akan membuat kelompok musik yang baru akan meniti karir mendapatkan antusiasme dari kalangan penikmat musik skena tersebut. Komodifikasi yang ketiga yakni komodifikasi pekerja, hal ini berarti merujuk kepada kelompok musik tersebut terkait dengan musikalitas yang dihadirkan melalui karyanya seperti kemahiran dalam bermain alat musik,

pembawaan yang memikat serta hal apapun yang terkait dengan pembentukan citra masing-masing anggota pada kelompok musik tersebut.

Seni direduksi menjadi komoditas yang bisa diperjual belikan, mengesampingkan nilai-nilai instrumental yang menjadi inti dari pengalaman estetis. Keindahan instrumentalistik dalam seni, sering dipahami sebagai bentuk seni yang tidak hanya diciptakan untuk tujuan estetis, tetapi juga memiliki nilai fungsional yang terkait dengan ekonomi, status sosial, dan komodifikasi (Wiratno & Sudibyo, 2025). Skena musik *underground* masih cukup menggeliat di kota Bandar Lampung, hal tersebut dapat dilihat dari hampir setiap pertunjukkan musik *underground*, penonton yang datang masih cukup banyak, terutama saat pertunjukkan tersebut diisi oleh kelompok musik yang sudah cukup dikenal luas oleh masyarakat penikmat genre musik ini. Kelompok tersebut akan makin dikenali dan digemari apabila telah melakukan proses komodifikasi dengan cara memiliki karya yang dipublish di *platform-platform* musik digital.

Komodifikasi yang dilakukan oleh kelompok musik dalam hal ini ialah bagaimana kesuksesan rilisan karya mereka mendapatkan banyak pendengar melalui aplikasi yang menyediakan layanan *streaming* pada karya-karya mereka. Kesuksesan platform streaming musik tidak hanya ditentukan oleh jumlah lagu yang mereka tawarkan, melainkan juga oleh seberapa populer dan menarik platform streaming music tersebut. Jumlah pengguna aktif, jumlah musisi yang mempublikasikan musik, dan tingkat interaksi pengguna di platform tersebut semua berperan penting dalam menentukan keberhasilan platform streaming musik (Arjuanda & Wibisono, 2024).

Perkembangan musik *underground* di Bandar Lampung, seperti di banyak kota lainnya, sering kali mencerminkan dinamika lokal dan global dalam musik alternatif. Eksistensi musik yang tergolong ke dalam genre musik *underground* cukup dipengaruhi oleh komunitas yang kuat dan penggemar setia. Di Bandar Lampung, beberapa faktor yang memengaruhi perkembangan musik *underground* termasuk:

1. **Komunitas dan Venue:** Ada beberapa tempat di Bandar Lampung yang mendukung musik *underground*, seperti kafe, bar, atau tempat-tempat yang sering mengadakan acara musik indie dan punk. Komunitas lokal yang berdedikasi memainkan peran besar dalam mempromosikan dan mengembangkan musik *underground*.
2. **Band dan Musisi Lokal:** Musisi dan band lokal yang aktif di genre musik alternatif, punk, metal, dan elektronik sering kali berkolaborasi untuk menciptakan scene musik yang dinamis. Mereka seringkali mengadakan pertunjukan live dan rekaman yang mempromosikan musik mereka ke audiens yang lebih luas.
3. **Festival dan Event:** Beberapa festival musik dan event lokal mungkin fokus pada genre musik *underground*, memberikan platform bagi musisi untuk tampil dan memperkenalkan karya mereka kepada publik.
4. **Media Sosial dan Platform Digital:** Dengan kemajuan teknologi, musisi *underground* di Bandar Lampung dapat memanfaatkan media sosial dan *platform streaming* untuk menyebarkan musik mereka. Ini membantu mereka menjangkau pendengar yang lebih luas, meskipun mereka mungkin tidak mendapatkan perhatian dari media mainstream.
5. **Pengaruh Global:** Musik *underground* di Bandar Lampung juga dipengaruhi oleh tren global dan genre-genre yang berkembang di luar negeri. Hal ini menciptakan campuran unik dari suara lokal dan global.

Band-band di Bandar Lampung yang tergolong ke dalam band bergenre *Underground* diantaranya ialah Wisdom Teeth Disorder (Progressif Metalcore), Oi moron (Punk), Mas Karyo (Ska), Dissolve (Hardcore Punk), Sangkal (Post Black Metal), Sunset Killa (Psychedelic Rock), Cross Root (Stoner Rock), dan masih banyak lagi yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Secara keseluruhan, perkembangan musik *underground* di Bandar Lampung merupakan refleksi dari komunitas lokal yang aktif dan kreatif, serta pengaruh yang lebih luas dari tren musik global. Fenomena skena musik *underground* di Bandar Lampung masih berlangsung hingga kini, ekosistem di dalamnya saling terintegrasi untuk menjaga eksistensi musik ini yang menyuarakan kritik sosial, antimainstream, dan kebermaknaan entitas manusia. Perputaran ekonomi pun terjadi pada ekosistem musik *underground* ini, dari royalti lagu pada *platform* musik *digital*, pertunjukkan musik, *publishing* oleh agregator, hingga penjualan merchandise. Para penggemar dan musisi *underground* sepakat bahwa musik *underground* tidak hanya musik yang keras dan cenderung anarkis, melainkan upaya untuk tetap hidup di suatu dunia yang memiliki makna. Dimana makna tersebut tidak hanya dipahami oleh diri sendiri, namun juga dapat dipahami oleh orang lain.

## D. Kesimpulan

*Underground* bukan hanya sebuah kumpulan genre musik yang memainkan musik keras dan tempo yang cepat, namun merupakan kultur yang hadir dari ketidakpuasan pada budaya konservatif yang dilakukan penguasa atau rezim demi memberi keuntungan bagi pihak-pihak yang berkuasa, kepekaan seniman yang menyajikan kritik-kritik sosial melalui karya seni, baik itu musik, visual/rupa, *dance*, maupun teater, yang pada mulanya dipertunjukkan secara sembunyi-sembunyi. Musik *underground* merupakan subkultur yang terbentuk dari ketidakpuasan terhadap norma sosial yang ada di masyarakat, sehingga membuat suatu identitas yang diwujudkan melalui bentuk penciptaan gaya (*style*) musik, dan cenderung berseberangan dengan industri musik mainstream.

Proses komodifikasi yang mereka lakukan merupakan jalan bagi para kelompok musik tersebut untuk dapat terus menjaga keberlangsungan mereka di ruang skena musik *underground*, dan dengan didukung oleh perkembangan zaman yang semakin maju semakin membuka celah-celah bagi mereka untuk dapat bersaing dalam ekosistem musik dengan ruang lingkup Nasional maupun lokal meski terkesan terpinggirkan akan tetapi jika dilihat dari gejolak perkembangan skena musik *underground* yang ada di Bandar Lampung banyak kelompok musik yang terus mendapatkan minat dan perhatian dari masyarakat penikmat skena tersebut.

## E. Referensi

- Arjuanda, R., & Wibisono, S. (2024). Pendekatan Swara Dalam Mengukur Popularitas Platform Streaming Musik Melalui Social Network Analysis Berbasis Percakapan Twitter. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika (JURASIK)*, 9(2), 662–672. <https://tunasbangsa.ac.id/ejurnal/index.php/jurasik>
- Hadi, A., & Rusman, A. (n.d.). *PENELITIAN KUALITATIF STUDI FENOMENOLOGI, CASE STUDY, GROUNDED THEORY, ETNOGRAFI, BIOGRAFI*.
- Isma Adila, & Arif Budi Prasetya. (2020). *Ekonomi Politik Komunikasi: Sebuah Realitas Industri Media di Indonesia*.
- Nugraha, H. (2017). Budaya Lokal dalam Musik Underground Bandung. *Metahumaniora*, 7(3). <https://doi.org/10.24198/mh.v7i3.18861>
- Nurchayana, Yanri. F. A. (2019). *Fase Resistensi Komunitas Bandung Pyrate Punk Terhadap Industri Musik Populer di Bandung*. <https://doi.org/https://doi.org/10.26742/pantun.v4i1.1114>
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif\_ Jenis, Karakter dan Keunggulannya*.
- Sigalingging, H.-. (2020). Politik Identitas Etnis Batak Toba dalam Novel Bulan Lebam di Tepian Toba Karya Sihar Ramses Simatupang. *Deiksis: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.33603/deiksis.v7i1.2729>
- Subandi, Z. E., Teguh, D., & Sadono, P. (n.d.). *National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development KOMODIFIKASI, SPASIALISASI, DAN STRUKTURASI DALAM MEDIA BARU DI INDONESIA (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon)*.
- Taufik Adi Susilo. (2009). *Kultur Underground: Yang Pekak dan Berteriak di Bawah Tanah*.
- Wiratno, T. A., & Sudibyo. (2025). Keindahan dalam Seni sebagai Komoditas: Dampaknya terhadap Kebudayaan, Moral, dan Peradaban Manusia. *Jurnal Senirupa Warna*, 13(1), 90–107. <https://doi.org/10.36806/jsrw.v13i1.671>