

Acc DP 1, 22 Februari 2023
Dr. Evy Clara, M.Si



**PENGARUH PENGENDALIAN KOMERSIALISASI MUSIK TERHADAP
PILIHAN RASIONAL KAFE DALAM MEMANFAATKAN MUSIK PADA 20
KAFE DI DKI JAKARTA**

Muhammad Iqbal Fawwaz

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta

Iqbalfawwaz2014@gmail.com

Dr. Evy Clara, M.Si

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta

evyclara@ymail.com

Abstract

This study aims to examine the significance of the influence of controlling the commercialization of music as stipulated by Government Regulation Number 56 of 2021 concerning Management of Song or Music Copyright Royalties on the cafe's rational choices in using music. The focus of this research is to see how the community acts in response to a policy that regulates and limits the actions and behavior of the community. This study used a mixed or mixed methods approach with a sequential or gradual mixed method type, prioritizing quantitative data and supported by qualitative data. The results show that there is a significant influence on the Music Commercialization Control Variable on the Cafe Rational Choice Variable in utilizing music service facilities. Furthermore, the value of the coefficient of determination obtained on the Music Commercialization Control Variable to be able to explain the Cafe Rational Choice Variable is 0.235 or 23%. The data findings indicate that the Music Commercialization Control Variable also has implications for the effectiveness of using music in cafes.

Keyword: Control of Music Commercialization, Rational Choice of Cafe, The Effectiveness of Music Utilization

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh pengendalian komersialisasi musik sebagaimana yang diatur oleh PP Nomor 56 Tahun 2021 tentang Pengelolaan Royalti Hak Cipta Lagu atau Musik terhadap pilihan rasional pihak kafe dalam memanfaatkan musik. Fokus pada penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana masyarakat bertindak dalam merespon sebuah kebijakan yang mengatur serta membatasi tindakan dan tingkah laku masyarakat tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran atau mixed methods dengan jenis metode campuran sekuensial atau bertahap, dengan memprioritaskan data kuantitatif dan didukung dengan data kualitatif. Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada Variabel Pengendalian Komersialisasi Musik terhadap Variabel Pilihan Rasional Kafe dalam memanfaatkan fasilitas layanan musik. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi yang didapatkan pada Variabel Pengendalian Komersialisasi Musik untuk mampu menjelaskan Variabel Pilihan Rasional Kafe sebesar 0,235 atau 23%. Adapun data temuan yang menunjukkan bahwa Variabel Pengendalian Komersialisasi Musik juga memiliki implikasi terhadap efektivitas pemanfaatan musik pada kafe.

Kata Kunci: Pengendalian Komersialisasi Musik, Pilihan Rasional Kafe, Efektivitas Pemanfaatan Musik

PENDAHULUAN

Hak cipta di Indonesia diatur oleh Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Undang-Undang Hak Cipta atau yang disingkat dengan UUHC. Pada UUHC dijelaskan bahwa musik merupakan karya cipta, dan setiap karya cipta memiliki hak eksklusif yang lahir berdasarkan prinsip deklaratif atas perwujudan suatu ciptaan secara nyata sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.¹ Oleh karena itu, setiap pemanfaatan musik yang dilakukan oleh pihak selain pencipta atau pemegang hak cipta akan dibatasi dengan adanya kebutuhan perizinan atau lisensi. Hal tersebut disebabkan adanya praktik pemanfaatan musik yang dilakukan oleh pihak selain pencipta atau pemegang hak cipta guna memperoleh sebuah manfaat atau keuntungan, atau yang disebut dengan komersialisasi musik.

Grafik 1: Permohonan dan Perlindungan Karya Cipta



(Sumber: Laporan Tahunan DJKI Tahun 2021, Tahun akses 2023)

Data pada grafik di atas menunjukkan jumlah permohonan terkait perlindungan hak cipta di Indonesia yang meningkat signifikan sejak tahun 2015. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2021 terdapat 83.034 jumlah karya cipta dalam negeri yang terdaftar dan didaftarkan ke dalam HKI (Hak Kekayaan Intelektual) agar hak cipta yang menempel pada karya cipta terlindungi oleh hukum.

¹ Yessica Agnes Saragi, Bismar Nasution, Detania Sukarja. *Perlindungan Hukum Terhadap Lagu yang Dinyanyikan Ulang (Cover) Untuk Kepentingan Komersial Dalam Media Internet Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta*. JURNAL: USU Medan. 2018

Peningkatan tersebut dapat menjadi bukti bahwa karya cipta akan terus berkembang dan membutuhkan perlindungan hukum oleh negara.

Namun, pada Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014, tidak dapat ditemukan mengenai penjelasan tata cara dan mekanisme pembayaran tagihan royalti atas praktik komersialisasi. Sehingga, pemerintah memberlakukan sebuah kebijakan baru yang dirancang untuk "menutupi" kekurangan pada UUHC, yaitu Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 56 Tahun 2021 tentang Pengelolaan Royalti Hak Cipta Lagu atau Musik. Peraturan tersebut mewajibkan setiap orang yang memanfaatkan lagu atau musik dalam bentuk layanan publik yang bersifat komersial diwajibkan membayar royalti kepada pencipta, pemegang hak cipta dan atau pemilik hak terkait. Pembayaran royalti dilakukan melalui Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LMKN) dengan mengajukan permohonan lisensi kepada pemegang hak cipta atau pemilik hak terkait melalui LMKN.²

Salah satu faktor yang memengaruhi munculnya peraturan mengenai tagihan royalti disebabkan praktik komersialisasi oleh para pelaku usaha tanpa adanya pembagian upah atau pemberian royalti kepada pemegang hak cipta. Kasus pelanggaran hak cipta juga sangat mudah ditemukan pada berita-berita di media massa, salah satu berita yang sangat relevan dengan masalah terkait komersialisasi tanpa pembayaran royalti adalah pada aplikasi TikTok. Pada tahun 2021, musisi dari band Virgoun bersama dengan label musik PT Digital Rantai Maya menggugat TikTok dan ByteDance.Inc atas pemanfaatan karyanya pada aplikasi tersebut sebesar 13,1 miliar untuk sanksi atas ganti rugi materil dan immateril. Dalam surat gugatan, terdapat tindakan yang menyalahi peraturan hak cipta yaitu penggandaan, pengedaran dan penyebaran lagu-lagu tanpa membagikan upah dari keuntungan yang diterima.³

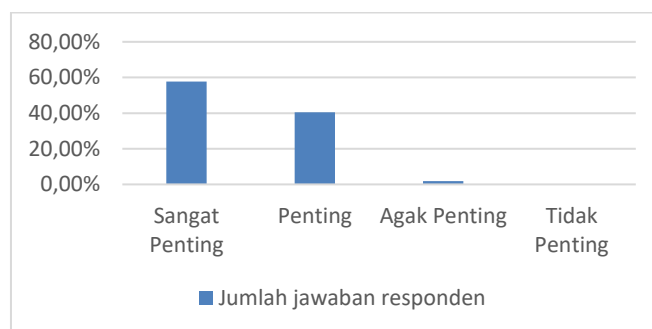
² Handoyo. *Ini poin-poin dalam PP 56/2021 tentang pengelolaan royalti hak cipta lagu dan musik*. Jakarta: KONTAN.CO.ID. Diakses dari <https://nasional.kontan.co.id/news/ini-poin-poin-dalam-pp-562021-tentang-pengelolaan-royalti-hak-cipta-lagu-dan-musik>, pada 11 April 2021.

³ Wahyunanda Kusuma Pertiwi. *TikTok Digugat Rp. 13,1 Miliar Terkait Hak Cipta Lagu Virgoun*. Kompas.com. 2021.

Peneliti juga menemukan bahwa terdapat praktik komersialisasi musik pada industri kuliner, khususnya kafe. Pada wawancara dengan salah satu pemilik kafe saat sedang melaksanakan observasi, dijelaskan bahwa pihak kafe merasa telah memenuhi syarat hak cipta melalui tagihannya pada aplikasi, namun hal tersebut tidak sesuai dengan isi perjanjian/*agreement* atas hak cipta yang disediakan oleh aplikasi. Peneliti berasumsi bahwa fenomena tersebut terjadi dikarenakan para pengguna yang salah memaknai pembayaran pada fitur “berlangganan” dengan pihak penyedia layanan musik/aplikasi dan disebabkan tidak membaca keseluruhan isi dari “Syarat dan Ketentuan” yang ada. Maka dari itu, pemanfaatan karya tersebut secara hukum tidak sah dan dapat dikatakan menyalahi aturan perundang-undangan hak cipta apabila mereka memperoleh keuntungan dan tidak memberikan manfaat ekonomi kepada pemilik karya.

Pada penelitian sebelumnya, terdapat juga penjelasan mengenai efek yang dihasilkan dari adanya fasilitas layanan musik di kafe terhadap respons pengunjung. Penelitian tersebut menyatakan bahwa sebagian besar dari pengunjung sebuah kafe di Yogyakarta, yaitu kafe Gazellig menganggap bahwa keberadaan musik di kafe dapat memengaruhi *mood* atau perasaan hati dari pengunjung.⁴ Data yang diperoleh pada penelitian tersebut melalui metode survei yang diberikan kepada 52 pengunjung. Data dapat dijabarkan pada grafik tersebut:

Grafik 2: Penilaian Pengunjung Terhadap Adanya Fasilitas Layanan Musik



(Sumber: Penelitian Terdahulu, 2022)

⁴ Henrikus Balzano Harya. *Pengaruh Fasilitas Live Music Di Kafe Terhadap Atensi Pelanggan*. UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta. 2021.

Berdasarkan data pada grafik, dapat dilihat bahwa sebanyak 57,7% dari 52 responden menjawab sangat penting atas keberadaan fasilitas layanan musik, dan 40,4% menjawab penting. Data tersebut sejalan dengan pernyataan bahwa fasilitas layanan musik akan menarik perhatian atau atensi pengunjung sehingga kafe dapat menerima keuntungan secara tidak langsung dari adanya fasilitas layanan musik tersebut.

Adapun, fenomena maraknya kegiatan interaksi dan sosialisasi masyarakat maupun *nongkrong* di kafe telah menjadi budaya baru bagi masyarakat saat ini, khususnya di Jakarta.⁵ Kegiatan interaksi di kafe memberikan kesan modern. Kesan modern tersebut disesuaikan dengan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh pihak kafe. Maka dari itu, kafe dengan fasilitas-fasilitas yang memberikan kenyamanan menjadi alternatif utama baik bagi anak muda maupun orang tua untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan kerabat maupun keluarga.

Salah satu alasan seseorang memilih kafe sebagai tempat *nongkrong* adalah karena layanan fasilitas musik yang disediakan. Pemutaran lagu-lagu yang *hits* menjadi salah satu faktor yang menarik perhatian masyarakat.⁶ Peneliti mengambil contoh pada Warung Apresiasi (dikenal dengan sebutan Wapres) merupakan kafe yang mengandalkan fasilitas musik untuk menarik perhatian konsumen. Pihak kafe setiap hari, khususnya di malam hari, menyediakan panggung musik bagi para pengunjung maupun karyawan Wapres sendiri. Bila sedang tidak ada yang mengisi panggung tersebut, pihak kafe tetap memberikan fasilitas musik berupa pemutaran lagu-lagu secara terus-menerus hingga kafe tutup. Begitu juga dengan Kreo Creative Lot yang merupakan kafe di daerah Kreo Selatan, Kota Tangerang. Kafe tersebut menyediakan layanan fasilitas musik dengan pemutaran lagu dan penyediaan panggung serta alat musik.

⁵ Sartika, Rani. *Pergeseran Budaya Ngopi Di Kalangan Generasi Muda Di Kota Tanjungpinang. Repository Universitas Martimim Raja Ali Haji*. 2017.

⁶ Ridho'i, Amy Manap. *Fenomena Musik Kafe Pada Coffeiccino Cafe Di Kota Pontianak. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, Vol. 6. No. 6. 2017.

Bagi pihak pengelola kafe, layanan musik tidak hanya memberikan manfaat bagi para pengunjung saja melainkan juga disediakan untuk kenyamanan para karyawan. Pun, bagi para pengunjung kafe, fasilitas musik menjadi salah satu faktor loyalitas terhadap suatu kafe yang menyediakan. Loyalitas pengunjung datang melalui kepuasan atas segala aspek yang disediakan oleh kafe.⁷ Dapat diambil contoh pada pengunjung di kafe Wapres di Bulungan, Jakarta Selatan. Pada hari-hari tertentu kafe tersebut menyediakan sebuah acara mingguan yang didatangi oleh komunitas-komunitas dengan genre musik tertentu. Tujuan dibuatnya acara tersebut adalah untuk menarik perhatian bagi komunitas ataupun penikmat musik dan memancing loyalitas pengunjung pada kafe tersebut.

Namun, pada tanggal 30 Maret 2021, Pemerintah dan Presiden memberlakukan PP Nomor 56 Tahun 2021 yang berupaya untuk mengendalikan praktik komersialisasi oleh para pelaku usaha. Pada PP tersebut dijelaskan bahwa segala praktik komersialisasi akan dikenakan biaya tagihan royalti yang jumlah besarnya dihitung Rp.60.000/kursi untuk produser musik, dan Rp.60.000/kursi untuk musisi atau pencipta lagu. Sehingga, secara total, jumlah tagihan yang akan dikenakan adalah Rp.120.000/kursi. Pembayaran royalti tersebut memiliki jangka waktu untuk per periode 1 tahun.

Peraturan tersebut memberikan dampak bagi pihak pengelola kafe. Dampak tersebut meliputi penyediaan layanan fasilitas musik yang disertai dengan tagihan royalti atas lagu atau musik yang diputar. Dalam keadaan ini, pengelola kafe menemui berbagai pilihan untuk beradaptasi dengan pemberlakuan PP Nomor 56 Tahun 2021. Pilihan pertama adalah tetap menyediakan fasilitas musik dengan membayar royalti yang disesuaikan tarifnya dengan keadaan kafanya, pilihan kedua adalah berhenti memberikan fasilitas musik di kafanya, dan pilihan ketiga adalah menghindari PP tersebut dengan tetap menyediakan layanan fasilitas musik melalui

⁷ Vivi Wahana, Dkk. *Pengaruh Persepsi Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan*. JURNAL MANAJEMEN: STIE Sultan Agung. Volume 5 Nomor 2, 2019. Hlm 97-109.

pemutaran lagu-lagu yang tidak terdaftar dalam penagihan biaya royalti oleh pihak LMKN.

Pilihan-pilihan tersebut merupakan perwujudan dari respons pengelola kafe atas pemberlakuan PP Nomor 56 Tahun 2021. Bagi kafe yang tidak memiliki rasa keberatan terhadap pemberlakuan PP Nomor 56 Tahun 2021, maka akan menerima dan memenuhi persyaratan yang telah diatur dalam PP tersebut. Sebaliknya, bagi pihak yang memiliki rasa keberatan dengan peraturan yang sudah ditentukan akan melakukan segala bentuk penolakan untuk menjalani dan memenuhi persyaratan yang telah diatur.

Melihat potensi-potensi yang ditimbulkan sebagaimana pihak kafe bersikap untuk merespons PP Nomor 56 Tahun 2021, hal tersebut dapat menjadi “bumerang” bagi pemerintah dan hukum hak cipta yang berupaya untuk menyejahterakan pencipta atau pemegang hak cipta lagu dalam hal promosi karya. Ditambah lagi, industri musik yang saat ini sedang mengalami kesulitan akibat adanya pandemi Covid-19.⁸ Hal tersebut berpengaruh pada hal promosi karya, dan kafe menjadi salah satu alternatif bagi mereka. Sedangkan, PP Nomor 56 Tahun 2021 berpotensi dapat mengganggu hubungan simbiosis antara kafe dengan pencipta atau pemegang hak cipta lagu.

Adapun penolakan yang dilakukan oleh Aliansi Musisi Pencipta Lagu Indonesia (AMPLI) dikarenakan potensi yang merugikan bagi musisi terhadap kualitas dan keberlanjutan industri musik.⁹ Hubungan simbiosis antara industri musik dan industri kuliner, khususnya kafe dapat menjamin profit bagi musisi. Hal tersebut dikarenakan manfaat promosi secara gratis yang diterima oleh musisi terhadap karya lagu atau musik yang diciptakannya. Strategi promosi tersebut menjadi cara “turun-temurun” bagi musisi, sebagaimana pada era sebelum masa

⁸ Liputan6. *Industri Musik Rugi Rp.434 Triliun Akibat Pandemi Covid-19*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4587337/industri-musik-rugi-hingga-rp-434-triliun-akibat-pandemi-covid-19>.

⁹ *Petisi Revolusi Industri Musik Indonesia Dimulai Dari Royalti*. Diakses dari <https://www.change.org/p/dirjen-kekayaan-intelektual-revolusi-industri-musik-indonesia-dimulai-dari-royalti> pada 17 Mei 2022.

perkembangan digital musisi “menitipkan” lagu atau karya yang diciptakan kepada stasiun radio untuk diputarkan, sama halnya kepada kafe yang menjadi salah satu media baru untuk menyiarkan lagu agar terjangkau ke masyarakat.¹⁰

RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan pada pengendalian komersialisasi musik terhadap pilihan rasional pihak kafe dalam memanfaatkan musik?
2. Bagaimana pengendalian komersialisasi musik memengaruhi pilihan rasional kafe dalam memanfaatkan musik pasca pemberlakuan PP Nomor 56 Tahun 2021?
3. Bagaimana implikasi sosiologis pada pengaruh pengendalian komersialisasi musik terhadap pilihan rasional kafe dalam memanfaatkan musik?

BATASAN PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada tindakan masyarakat dalam tingkatan mikro untuk melihat bagaimana seseorang merespon sebuah peraturan yang secara sah diterapkan di masyarakat. Sebagaimana, variabel dependen pada penelitian ini merupakan Pilihan Rasional Kafe yang dipengaruhi oleh adanya variabel independen yaitu Pengendalian Komersialisasi Musik. Oleh karena itu, hasil pada penelitian ini akan menganalisis tindakan pihak kafe yang sebagai objek hukum dari penerapan pengendalian komersialisasi musik yang berlandaskan pada PP Nomor 56 Tahun 2021 dalam memanfaatkan fasilitas layanan musik pada kafanya.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan campuran atau metode *mixed methods*. Penelitian ini merupakan suatu langkah untuk

¹⁰ Faerly Syah Rizky. *Perlindungan Hukum Dalam Kerjasama Promosi Lagu Perdana Antara Universal Music Indonesia Dengan Radio Sushi FM Padang*. SKRIPSI: Universitas Andalas. 2017.

menggabungkan dua bentuk penelitian yaitu penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Menurut Creswell, penelitian campuran merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kuantitatif dan kualitatif, yang mana akan melalui beberapa jenis strategi.¹¹

Strategi yang digunakan pada penelitian ini adalah strategi metode campuran sekuensial/bertahap. Strategi ini merupakan cara bagi peneliti untuk menggabungkan data yang ditemukan dari satu metode dengan metode lainnya. Strategi ini merupakan jenis strategi eksplanatoris sekuensial, yang mana pada tahap pertama adalah mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif kemudian diikuti dengan pengumpulan dan menganalisis data kualitatif. Bobot atau prioritas ini diberikan pada data kuantitatif.

Pada tahap pertama peneliti akan menggunakan pendekatan kuantitatif yang mana peneliti berusaha menemukan kebenaran yang berlaku secara umum untuk topik yang diteliti dengan menggunakan data kuantitatif berdasarkan skala tertentu yang sesuai dengan topik penelitian. Pendekatan kuantitatif ini berupaya untuk menjawab rumusan masalah pertama pada penelitian, yakni pengaruh pengendalian komersialisasi musik terhadap pilihan rasional kafe dalam memanfaatkan musik pada kafe di DKI Jakarta. Pada tahap ini akan digunakan metode survey yang merupakan pengamatan langsung terhadap suatu gejala dalam populasi tertentu. Peneliti akan memanfaatkan kuesioner yang disebarakan kepada sampel sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data.¹²

Pada tahap kedua, peneliti akan menerapkan pendekatan kualitatif dengan cara wawancara kepada pihak-pihak yang terkait dengan topik penelitian, yaitu pihak kafe, LMKN, dan musisi. Penggabungan data kuantitatif dengan data kualitatif didasarkan pada hasil-hasil yang diperoleh sebelumnya dari tahap

¹¹ John W. Creswell. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed (Edisi III)*. Pustaka Pelajar. 2010. Hlm 5.

¹² Ismail Suwardi Wekke, Dkk. *Metode Penelitian Sosial*. Gawe Buku. 2019. Hlm 30-31.

pertama. Data kualitatif yang diperoleh pada penelitian ini akan digunakan untuk menjelaskan data kuantitatif .

POPULASI DAN SAMPEL

a. Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah pihak kafe dengan kriteria pada jabatan atau posisi pada perusahaannya, baik karyawan, manajer, hingga owner kafe. Namun, mengenai jumlah populasi terkait pelaku usaha kafe atau pihak kafe tidak dapat ditemukan atau ditentukan. Hal tersebut disebabkan peneliti tidak menemukan bahwa adanya jumlah pasti mengenai jumlah data pihak kafe baik pada BPS (Badan Pusat Statistik) maupun data yang dimiliki oleh LMKN (Lembaga Manajemen Kolektif Nasional).

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi secara keseluruhan. Sampel terdiri dari populasi yang mampu mewakili atau merepresentasikan suatu kelompok atau fenomena.¹³ Pada penelitian, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability* dengan jenis *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang berdasarkan pada pertimbangan tertentu yang memberikan kriteria khusus pada sampel sebagai ahli pada suatu lingkup penelitian. Dalam kasus ini, peneliti mengambil kriteria sampel sebagai berikut:

- i. Bekerja di kafe atau *coffee shop* di Jakarta.
- ii. Kafe atau *coffee shop* menyediakan fasilitas layanan musik.

Sedangkan, penentuan ukuran sampel pada penelitian ini diukur melalui penghitungan rumus Lemeshow (1997), dikarenakan keterbatasan peneliti untuk mengetahui jumlah populasi.¹⁴ Berikut perhitungan pada rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Lemeshow, J., Hosmer, D.W., Klar, J&Lwanga, J.K. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Jogjakarta: Gajahmada University Press. 1997.

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = nilai standard alpha 0,05 = 1,96

p = maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = sampling error 10%

Hitungan pada rumus Lemeshow akan dijabarkan sebagai berikut:

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil hitungan pada rumus Lemeshow, maka ditentukan bahwa jumlah minimal responden yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah sebanyak 96 responden.

TEORI PENUNJANG**Teori pengendalian Sosial**

Pengendalian sosial didefinisikan oleh Peter L. Berger sebagai suatu cara atau tips yang dipergunakan oleh masyarakat dalam menertibkan tindakan-tindakan sosial yang dianggap menyimpang.¹⁵ Pengendalian sosial yang dijelaskan oleh Peter L. Berger dapat berupa ajakan, fasilitasi pendidikan, dan pemaksaan agar patuh terhadap aturan, baik nilai ataupun norma yang berlaku dalam masyarakat. Selanjutnya, menurut Koentjaraningrat dalam buku Soerjono Soekanto dalam menjelaskan pengendalian sosial dalam kategori kejahatan, terdapat empat fungsi pengendalian sosial. Berikut dijabarkan mengenai fungsi pengendalian sosial, diantaranya:

¹⁵ Kamanto Sunarto. *Pengantar Sosiologi Edisi Kedua*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 2004. Hlm 54.

1. Keyakinan

Keyakinan masyarakat dapat diperkuat melalui beberapa hal, seperti ajakan, arahan, maupun memberikan contoh yang positif mengenai masyarakat oleh pihak yang dipandang lebih tinggi.

2. Imbalan

Imbalan yang dimaksud merupakan sebuah hadiah atau penghargaan bagi masyarakat yang mengikuti norma yang berlaku.

3. Sanksi

Sanksi merupakan cara yang bertujuan untuk menjaga tingkah laku masyarakat agar sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku. Sanksi merupakan pengendalian sosial yang bersifat represif yang ditujukan kepada pelanggar agar dapat memberikan efek jera.

4. Sistem Hukum

Sistem hukum bertujuan untuk mencapai kesepakatan bersama atas sebuah nilai serta norma yang digunakan untuk mengatur setiap anggota masyarakat di dalamnya. Sistem hukum ini dapat berisikan mengenai aturan serta konsekuensi yang diterima oleh setiap perilaku penyimpangan sosial guna meminimalisir atau menangani tindakan-tindakan yang menyimpang.

Teori Pilihan Rasional

James S. Coleman menjelaskan bahwa teori pilihan rasional merupakan tindakan perseorangan yang mengarah pada suatu tujuan dan tujuan tersebut adalah tindakan yang ditentukan oleh nilai atau preferensi (pilihan). Tindakan dapat dinyatakan rasional apabila berupaya untuk memaksimalkan kegunaan atau keinginan serta kebutuhan mereka (aktor). Tindakan ini juga dapat mempertimbangkan antara hubungan manfaat dan biaya, dalam hal ekonomi, dan apabila pilihan mengarah pada manfaat yang diterima lebih besar dibanding biaya yang dikeluarkan dapat dinyatakan sebagai pilihan rasional.¹⁶

¹⁶ Tri Wibowo Budi Santoso. *George Ritzer. Douglas J. Goodman: Modern Sociological Theory, 6th Edition*. Jakarta: Kencana.

Namun, dalam pilihan rasional, tindakan seseorang tidak hanya sebatas memiliki suatu tujuan tertentu melainkan terdapat batasan yang dihasilkan dari adanya praktik sosial yang berjalan di masyarakat, seperti kepercayaan, keyakinan, nilai, dan norma. James S. Coleman dalam menjelaskan teori pilihan rasional memberikan dua unsur utama yang terlibat dalam sebuah tindakan, yaitu sumber daya dan aktor.¹⁷ Berikut dijabarkan mengenai unsur utama dalam teori pilihan rasional, diantaranya;

1. Sumber daya

Sumber daya merupakan sesuatu yang menarik perhatian dan yang dapat dikontrol oleh aktor. Sumber daya juga diperhatikan sebagai kepemilikan yang mengandung potensi tertentu.

2. Aktor

Aktor yang dimaksud berkaitan dengan tindakan atau cara yang dilakukan oleh individu untuk dapat bertahan dan terus mengupayakan tujuannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 1: Uji Koefisien Determinasi Pada SPSS

Cox and Snell	.194
Nagelkerke	.235
McFadden	.123

(Sumber: Hasil Olah Data
SPSS, 2022)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai terbesar merupakan nilai Nagelkerke sebesar 0.235. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa variabel pengendalian komersialisasi musik dapat menjelaskan variabel pilihan rasional kafe sebesar 23% dan terdapat 77% yang merupakan faktor lain di luar model yang menjelaskan variabel dependen.

¹⁷ Tri Wibowo Budi Santoso. Loc.cit. Hlm 394.

Uji Parsial (Wald)

Tabel 2: Uji Parsial Pada SPSS

		Std. Error	Wald	df	Sig.
Threshold	[PilihanRasionalKafe = 1,00]	.687	39.137	1	.000
	[PilihanRasionalKafe = 2,00]	.539	1.277	1	.258
Location	[PengendalianKomersialisasi Musik=1,00]	.879	19.097	1	.000
	[PengendalianKomersialisasiMusik=2,00]	.619	12.084	1	.001
	[PengendalianKomersialisasiMusik=3,00]	.	.	0	.

(Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2022)

Berdasarkan hasil uji wald pada tabel 3.24 menunjukkan bahwa terdapat 3 kategori yang memiliki nilai sig. $< \alpha$, kemudian terdapat 1 nilai sig. $> \alpha$. Dengan demikian, terdapat 3 kategori atau tingkatan yang memiliki pengaruh yang signifikan dalam penelitian yaitu variabel Y dengan tingkatan rendah, variabel X dengan tingkatan rendah, dan variabel X dengan tingkatan sedang. Kemudian, terdapat 1 kategori yang bersifat netral atau tidak memiliki pengaruh dalam penelitian yaitu variabel Y dengan tingkatan sedang. Maka, dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada Pengendalian Komersialisasi Musik terhadap Pilihan Rasional Kafe.

Tabulasi Silang Variabel X terhadap Variabel Y

Tabel 3: Tabulasi Silang Antar Variabel

			Pilihan Rasional Kafe			
			Rendah	Sedang	Tinggi	Total
Pengendalian Komersialisasi Musik	Rendah	Count	5	6	1	12
		% within Pengendalian Komersialisasi Musik	41.7%	50.0%	8.3%	100.0%
	Sedang	Count	6	52	11	69
		% within Pengendalian Komersialisasi Musik	8.7%	75.4%	15.9%	100.0%
	Tinggi	Count	1	4	10	15
		% within Pengendalian Komersialisasi Musik	6.7%	26.7%	66.7%	100.0%
	Total	Count	12	62	22	96
		% within Pengendalian Komersialisasi Musik	12.5%	64.6%	22.9%	100.0%

(Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023)

Berdasarkan data tabulasi di atas, dapat disimpulkan bahwa pilihan rasional kafe yang masuk pada kategori rendah atau cenderung menolak untuk membayar tagihan royalti disebabkan oleh pelaksanaan pengendalian komersialisasi musik yang masuk pada kategori rendah atau tidak berjalan dengan baik dan optimal. Sebaliknya, pilihan rasional kafe yang masuk pada kategori tinggi atau cenderung menerima untuk membayar tagihan royalti disebabkan oleh pelaksanaan pengendalian komersialisasi musik yang masuk pada kategori tinggi atau berjalan dengan baik dan optimal.

Distribusi Musik oleh Pihak Kafe Pasca Pemberlakuan PP Nomor 56 Tahun 2021

Penerapan pengendalian komersialisasi musik tidak sepenuhnya terlaksana dengan baik dan optimal dan berdampak pada tindakan yang cenderung negatif oleh pihak kafe. Salah satu faktor yang menyebabkan hal itu terjadi adalah lemahnya keyakinan masyarakat terhadap pelaksana kebijakan. Keyakinan dapat diperoleh melalui pembuktian kepada masyarakat dalam mengoperasikan sebuah kebijakan dengan optimal. Masyarakat membutuhkan penjangkauan secara langsung agar sebuah kebijakan yang dijalankan tersampaikan dengan jelas. Namun, selama ini penjangkauan yang terlaksana belum dilakukan secara merata kepada seluruh pihak yang terikat dengan kebijakan.

“Waktu itu dapat kabarnya dari berita, itu juga tiba-tiba sudah sah aja kebijakannya. Saya sampai sekarang juga masih belum paham sama kebijakannya, kenanya berapa (jumlah tagihannya), bayarnya bagaimana.”

Data wawancara menunjukkan bahwa setidaknya masih ada beberapa kafe yang tidak terjangkau secara langsung oleh pihak LMKN, sehingga kafe tidak mengetahui bahwa mereka terlibat dalam penerapan pengendalian komersialisasi musik. Akibatnya, kafe tidak menyetujui untuk membayar royalti dengan alasan kurang persiapan terkait dana dan masih mengharapkan adanya keringan untuk kafanya, yang mana secara keuangan masih tidak stabil.

“Dari keuangan kita yang sekarang saya masih ragu buat bayar royalti, soalnya berat mas kalau dihitungnya dari jumlah kursi di kafe. Dan kafe kita ini sekarang pengunjunnya belum begitu rame akibat dari covid kemarin.”

Dalam pelaksanaan pengendalian komersialisasi musik, terdapat sanksi yang digunakan sebagai "alat" untuk mengatur tindakan seseorang secara represif. Sanksi yang diterapkan adalah mengenai surat peringatan secara berkala, denda, dan pidana. Sanksi juga dapat menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kecenderungan seseorang dalam bertindak. Dalam hal ini, sanksi menjadi salah satu alasan pihak kafe untuk secara "terpaksa" mengikuti dan menaati pengendalian komersialisasi musik. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat keberhasilan pelaksanaan hukum dalam mengatur tindakan seseorang melalui pembangunan rasa takut.

“Karena urusannya sama hukum sih bang. Saya mending bayar deh daripada kafe saya diawasin terus nantinya. Tapi jujur ya, agak berat kalo harus langsung siapin duit yang nominalnya lumayan gede buat dikeluarin hari itu juga.”

Data hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa dalam kondisi yang sulit sekalipun, pelaku usaha kafe tetap memilih untuk menaati sebuah peraturan karena tidak ingin terjerat sanksi hukum. Peneliti juga menemukan bahwa terdapat faktor lain yang dapat menjadi faktor pendorong keinginan pihak kafe untuk menaati pengendalian komersialisasi musik, yaitu musik sebagai alat dalam persaingan antar kafe. Apabila kafe tidak menaati pengendalian komersialisasi musik, maka kafe tidak bisa menyediakan fasilitas layanan musik. Sedangkan, pada masa kini sebagian besar kafe memiliki fasilitas layanan musik untuk mengupayakan layanan kenyamanan yang disediakan, dan menjadi salah satu pertimbangan pelanggan dalam menentukan kafe yang ingin dikunjunginya. Walaupun begitu, tidak sedikit juga ditemukan bahwa kafe yang tidak terjangkau oleh LMKN dalam rangka pemberlakuan PP Nomor 56 Tahun 2021 tetap dapat menyediakan fasilitas layanan musik walaupun tidak membayar tagihan royaltinya.

Distribusi Royalti Musik Pada Kafe: Kesejahteraan atau Hambatan?

Pada prinsipnya, fasilitas layanan musik merupakan salah satu faktor pendorong peningkatan maupun stabilitas pengunjung pada kafe. Sebagaimana, kafe-kafe memiliki persaingan yang ketat sehingga memaksa mereka untuk saling menyeimbangkan fasilitas yang dimilikinya, bahkan menginovasikan sehingga kafe lebih menonjol dalam hal keunikan. Dengan menaati pengendalian komersialisasi

musik, kafe akan menjadi semakin bebas untuk mengeksploitasi musik yang telah dibayarkan royaltinya. Sehingga kafe akan menerima keuntungan dari hal tersebut walaupun tidak secara fisik, atau dalam bentuk bayaran dari pelanggan atas adanya fasilitas layanan musik.

Peneliti juga menemukan bahwa adanya faktor penting pada fasilitas layanan musik yang dapat mendorong nilai potensi keuntungan yang dihasilkan, yaitu pemilihan lagu. Pada pengendalian komersialisasi musik, pihak yang telah membayar royalti akan diberikan daftar lagu-lagu yang telah terdaftar royaltinya dan berhak untuk digunakan, yaitu pada SILM (Sistem Informasi Lagu atau Musik). Kafe yang telah membayar royalti akan menerima daftar lagu tersebut dan akan menentukan pemilihan jenis lagu yang akan diputarkan pada kafanya. Namun, dalam pelaksanaan pengendalian komersialisasi, daftar lagu pada SILM tidak dipublikasikan secara umum sehingga masyarakat tidak mengetahui banyak terkait isi lagu yang terdaftar pada SILM.

Akibatnya, banyak pihak kafe yang pesimis terhadap jenis lagu yang tersedia pada SILM. Pihak kafe beranggapan bahwa lagu-lagu yang tersedia pada SILM cenderung monoton, dalam artian hanya lagu dalam negeri dan dengan genre yang kurang variatif. Pilihan rasional juga menjelaskan bahwa tindakan juga harus mampu menyesuaikan dengan praktik sosial serta nilai dan norma yang disepakati di masyarakat. Dalam hal ini, pengendalian komersialisasi merupakan salah satu komponen dari norma hukum yang diterapkan. Tetapi, idealnya norma hukum juga perlu disepakati oleh masyarakat. Sedangkan, kenyataannya masyarakat, khususnya musisi, turut menolak pengendalian komersialisasi musik pada kafe. Hal tersebut disampaikan oleh Alvin selaku musisi dari band Finedays dalam kutipan wawancara sebagai berikut.

“Kalau di kafe sih, saya gak mendukung sih mas. Karena pendapatan mereka itu kecil kalau yang saya lihat. Dari musisi reguler di kafe juga bergantung dari *customer*, takutnya membebankan si musisi reguler itu. Karena kan si pemilik kafe harus dikenain *charge* buat lagunya, takutnya malah si musisi reguler yang dibebankan yang saya pikirin nantinya. Sebagai sesama musisi, saya kasian kalau bayaran mereka jadi turun, si pemilik kafe juga pasti kan bakal mikir ‘ah gue udah bayar royalti ke pemerintah masa harus bayar si musisi reguler juga’. Karena jadinya kemahalan, mereka malah ngurangin bayaran si musisi regulernya. Saya lebih setuju kalau royalti musik diterapinnya buat penggunaan lagu yang buat *soundtrack* film atau sebagainya mas, itu lebih masuk akal menurut saya.”

KESIMPULAN

Hasil data pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada Pengendalian Komersialisasi Musik terhadap Pilihan Rasional Kafe dalam memanfaatkan musik. Pilihan rasional kafe dalam memanfaatkan musik dapat disebabkan oleh pengendalian komersialisasi musik sebesar 23%, dan 77% disebabkan oleh faktor lain di luar penelitian ini. Tindakan kafe dalam merespons pengendalian komersialisasi musik dapat disebabkan oleh beberapa hal diantaranya;

1. Bagi kafe yang menolak membayar tagihan royalti, disebabkan oleh kurang optimalnya pelaksanaan pengendalian komersialisasi musik baik dari segi penjangkauan secara langsung, penerimaan informasi, kesiapan sumber daya kafe, dan sistem pelaksanaan yang tidak memadai.
2. Bagi kafe yang menaati membayar tagihan royalti, disebabkan oleh rasa takut yang dihasilkan dari ancaman sanksi denda maupun pidana, dan tuntutan dari persaingan antar kafe yang seolah menjadikan musik sebagai "alat" bersaing.

Dalam implementasi kebijakan PP Nomor 56 Tahun 2021 pada kafe, peneliti juga menemukan bahwa pengendalian komersialisasi musik memberikan dampak terhadap efektivitas pemanfaatan musik yang mana pihak kafe menjadi terbatas dalam pemilihan lagu untuk layanan musik pada kafanya.

SARAN

Data penelitian menunjukkan bahwa hambatan bagi kafe untuk menaati pengendalian komersialisasi adalah mengenai keuangan kafe yang kurang stabil. Hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi pembuat kebijakan untuk mengevaluasi penetapan besaran tagihan royalti musik pada kafe, serta memaksimalkan kesempatan untuk bernegosiasi bagi kafe yang memiliki hambatan tersebut. Dalam hal komponen SILM (Sistem Informasi Lagu atau Musik), penelitian ini juga melihat bahwa keterbukaan mengenai daftar lagu dapat menjadi salah satu alasan pihak kafe untuk menaati peraturan. Namun, kafe saat ini merasa ragu atas daftar lagu pada SILM mengenai kecocokan dengan kebutuhan kafe.

Adapun tantangan lain yang perlu dihadapi oleh LMKN adalah persaingan dengan industri label atau produser lagu yang secara *profit* memiliki potensi menguntungkan lebih besar. Salah satu contohnya adalah website DistroKid yang merupakan layanan distribusi lagu pada platform-platform yang dapat ditentukan sendiri oleh musisi. Keuntungan yang diperoleh adalah melalui jumlah pemutaran atau jumlah klik pada lagu yang didistribusikan. Hal tersebut dirasa lebih menguntungkan bagi para musisi dibandingkan mengharapkan tagihan royalti musik yang didistribusikan oleh LMKN.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Creswell, John W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed* (Edisi III). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lemeshow, J., Dkk. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajahmada University Press.
- Santoso, T.W.B. (2003). *George Ritzer, Douglas J. Goodman: Modern Sociological Theory, 6th Edition*. Jakarta: Kencana
- Sunarto, K. (2004). *Pengantar Sosiologi Edisi Kedua*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Wekke, I. S., Dkk. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Gawe Buku.

Jurnal

- Harya, Henrikus Balzano. (2021). *Pengaruh Fasilitas Live Music Di Kafe Terhadap Atensi Pelanggan*. Yogyakarta: UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta.
- Ridho'i, Manap, A. (2017). *Fenomena Musik Kafe Pada Coffeiccino Cafe Di Kota Pontianak*. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa, Vol. 6 (6).
- Sartika, Rani. (2017). *Pergeseran Budaya Ngopi Di Kalangan Generasi Muda Di Kota Tanjungpinang*. Repository: Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Wahana, Vivi. Dkk. (2019). *Pengaruh Persepsi Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan*. Pemantar Siantar: STIE Sultan Agung. Volume 5 Nomor 2.

Skripsi

- Faerly Syah Rizky. (2017). *Perlindungan Hukum Dalam Kerjasama Promosi Lagu Perdana Antara Universal Music Indonesia Dengan Radio Sushi FM Padang*. Padang: Universitas Andalas.

Sumber Lain

Handoyo. *Ini poin-poin dalam PP 56/2021 Tentang Pengelolaan Royalti Hak Cipta Lagu dan Musik*. Jakarta: KONTAN.CO.ID.

<https://nasional.kontan.co.id/news/ini-poin-poin-dalam-pp-562021-tentang-pengelolaan-royalti-hak-cipta-lagu-dan-musik>

Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. (2021). *TikTok Digugat Rp. 13,1 Milliar Terkait Hak Cipta Lagu Virgoun*. Jakarta: Kompas.com.

Liputan6. *Industri Musik Rugi Rp.434 Triliun Akibat Pandemi Covid-19*.

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4587337/industri-musik-rugi-hingga-rp-434-triliun-akibat-pandemi-covid-19>.

Mahmud, C. *Petisi Revolusi Industri Musik indonesia Dimulai Dari Royalti*.

Change.org. <https://www.change.org/p/dirjen-kekayaan-intelektual-revolusi-industri-musik-indonesia-dimulai-dari-royalti> pada 17 Mei 2022.