



INTERNATIONAL JOURNAL OF  
INNOVATION AND  
INDUSTRIAL REVOLUTION  
(IJIREV)  
[www.ijirev.com](http://www.ijirev.com)



**MENEROKA STRATEGI MENGATASI (YANG TERCAPAI)  
DALAM FENOMENA REVOLUSI INDUSTRI MUZIK MELAYU  
TEMPATAN DI LAMAN MEDIA SOSIAL: KAEDAH  
CONSTRUCTIVIST GROUNDED THEORY**

*EXPLORING COPING STRATEGIES (ACHIEVED) IN THE  
PHENOMENON OF THE MALAY LOCAL MUSIC INDUSTRY  
REVOLUTION ON SOCIAL MEDIA: A CONSTRUCTIVIST GROUNDED  
THEORY APPROACH*

Mohd Izwan Izhar Haris<sup>1\*</sup>, Hanif Suhairi Abu Bakar<sup>2</sup>, Nor Syafawati Mohd Zuki<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Faculty of Business & Communication, Universiti Malaysia Perlis, Malaysia  
Email: mohdizwan@unimap.edu.my

<sup>2</sup> Faculty of Business & Communication, Universiti Malaysia Perlis, Malaysia  
Email: hanifsuhairi@unimap.edu.my

<sup>3</sup> Faculty of Business & Communication, Universiti Malaysia Perlis, Malaysia  
Email: syafawati.zuki@unimap.edu.my

\* Corresponding Author

**Article Info:**

**Article history:**

Received date: 03.04.2024

Revised date: 20.05.2024

Accepted date: 15.06.2024

Published date: 30.06.2024

**To cite this document:**

Haris, M. I. I., Abu Bakar, H. S., & Zuki, N. S. M. (2024). Meneroka Strategi Mengatasi (Yang Tercapai) Dalam Fenomena Revolusi Industri Muzik Melayu Tempatan Di Laman Media Sosial: Kaedah *Constructivist Grounded Theory*. *International Journal of Innovation and Industrial Revolution*, 6 (17), 294-305.

**Abstrak:**

Sejak kebelakangan ini, pengaruh dari laman rangkaian media sosial dilihat memainkan peranan yang penting dalam industri muzik Melayu tempatan. Platform media sosial bukan sahaja dilihat mampu memberi impak positif namun turut memberikan impak negatif kepada pengeluaran kandungan muzik dari segmen pendedaran dan kepenggunaan. Objektif utama kajian ini adalah membina model paradigma bagi fenomena laman rangkaian media sosial untuk artis muzik Melayu tempatan, berdasarkan pengalaman komprehensif mereka yang terlibat dan terpilih dalam industri muzik Malaysia dan penglibatan di laman rangkaian media sosial. Namun begitu kajian ini akan mefokuskan kesan daripada strategi mengatasi yang tercapai dalam fenomena revolusi industri muzik melayu tempatan di laman media sosial. Melalui pendekatan Constructivist Grounded Theory, penelitian telah dapat mengumpulkan data dari kaedah temubual mendalam dengan pelaku industri muzik, termasuk artis, penerbit, dan komposer, penulis lirik, pensyarah muzik, pensyarah media, juruhebah, wartawan, penggiat seni serta analisis kandungan dari platform media sosial yang relevan. Hasil kajian juga telah menemui beberapa kesan daripada strategi mengatasi yang tercapai iaitu (1) Pengikut dan penonton yang meningkat; (2) Status Kejayaan Industri Muzik; (3) dan Impak Apresiasi

DOI: 10.35631/IJIREV.617022

This work is licensed under [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Industri. Kajian ini menawarkan wawasan baharu tentang kelangsungan industri muzik Melayu dalam era digital terutamanya di laman media sosial, menyoroti bagaimana adaptasi terhadap media sosial yang merupakan faktor kritikal dalam menentukan keberhasilan dan keberlangsungan dalam industri muzik Melayu tempatan. Penyelidikan ini dilihat dapat memberi sumbangan penting kepada pemahaman kita tentang transformasi industri muzik Melayu dalam era digital, menonjolkan kerumitan dan dinamik penyesuaian budaya, ekonomi dan teknologi hasil daripada kewujudan tema baharu yang muncul.

**Kata Kunci:**

Media Sosial, Industri Muzik Melayu, Constructivist Grounded Theory, Produksi Muzik, Pemasaran Digital, Kesan Strategi Mengatasi

**Abstract:**

In recent times, the influence of social media networking sites has been seen to play an important role in the local Malay music industry. Social media platforms are not only seen to be able to have a positive impact but also hurt the production of music content from the distribution and consumer segments. The main objective of this study is to build a paradigm model for the phenomenon of social media networking sites for local Malay music artists, based on the comprehensive experience of those involved and selected in the Malaysian music industry and involvement in social media networking sites. However, this study will focus on the effects of coping strategies achieved in the revolutionary phenomenon of the local Malay music industry on social media sites. Through the Constructivist Grounded Theory approach, research has been able to gather data from in-depth interviews with music industry actors, including artists, producers, composers, lyricists, music lecturers, media lecturers, announcers, journalists, art activists as well as content analysis from social media platforms that relevant. The results of the study have also found some effects from the coping strategies achieved which are (1) Increased followers and viewers; (2) Music Industry Success Status; and (3) an Impact of Industry Appreciation. This study offers new insight into the survival of the Malay music industry in the digital era, especially on social media sites, highlighting how adaptation to social media is a critical factor in determining the success and sustainability of the local Malay music industry. This research is seen to make an important contribution to our understanding of the transformation of the Malay music industry in the digital era, highlighting the complexity and dynamics of cultural, economic, and technological adaptation as a result of the existence of new emerging themes.

**Keywords:**

Social Media, Malay Music Industry, Constructivist Grounded Theory, Music Production, Digital Marketing, Effects of Coping Strategies

**Pengenalan**

Industri muzik merupakan salah satu segmen penting dalam ekosistem budaya kreatif negara, terus mengalami transformasi yang pesat dan dinamik seiring dengan evolusi teknologi aplikasi media. Khususnya, dalam konteks industri muzik Melayu tempatan, teknologi aplikasi media sosial telah memainkan peranan yang signifikan dalam membentuk landskap industri muzik, mempengaruhi segala aspek mulai dari produksi hinggalah kepada proses pengedaran dan kepenggunaan muzik (Bengtsson & Edlom, 2023). Fenomena ini menandakan pergolakan

paradigma yang memerlukan pemahaman mendalam tentang perubahan dinamik yang telah terlibat.

Walau bagaimanapun, pengaruh media sosial tidak selalu positif. Menurut Wares et al. (2023) terdapat kesan negatif hasil daripada teknologi yang disediakan oleh platform ini seperti tekanan mental seperti untuk mengejar populariti dan isu berkaitan kualiti kandungan muzik yang dihasilkan. Strategi mengatasi adalah elemen kritikal yang boleh disesuaikan dalam membantu artis dan penggiat industri muzik tempatan mengatasi cabaran ini. Strategi ini merangkumi pelbagai pendekatan yang digunakan oleh individu dan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan dan tekanan yang dibawa oleh media sosial. Kajian ini bertujuan untuk mengkaji strategi mengatasi yang dilaksanakan dalam industri muzik Melayu tempatan, dengan memberi tumpuan kepada cara artis dan penggiat industri menangani tekanan untuk kekal relevan dan berjaya dalam persekitaran dinamik ini.

Melalui analisis mendalam tentang strategi mengatasi dan kesannya ini dilihat dapat memberikan pandangan penting tentang mekanisme penyesuaian yang berkesan dalam industri muzik. Selain itu, kajian ini juga akan menilai keberkesanan strategi tersebut dalam memperkasakan daya tahan dan kelestarian artis dan penggiat industri muzik Melayu tempatan. Dengan memahami strategi ini, model yang lebih komprehensif dan berkesan boleh dibangunkan untuk menyokong industri muzik dalam menghadapi cabaran masa depan yang semakin kompleks dan mencabar.

Objektif utama bagi kajian ini adalah membina model paradigma berkenaan kajian fenomena laman rangkaian media sosial untuk artis muzik Melayu berdasarkan perihal industri Muzik Malaysia mengenai pengalaman mereka sendiri yang komprehensif dalam penglibatan di laman rangkaian media sosial. Secara spesifiknya objektif kajian adalah seperti perincian berikut:

- i. Mengkaji konteks dan keadaan yang berlaku yang mempengaruhi antededen fenomena revolusi industri muzik Melayu tempatan di laman rangkaian media sosial,
- ii. Meneroka fenomena utama (aspek positif dan negatif) dalam fenomena revolusi industri muzik Melayu tempatan di laman rangkaian media sosial,
- iii. Membincangkan kaedah strategi mengatasi (jika aspek negatif muncul) dalam fenomena revolusi industri muzik Melayu tempatan di laman rangkaian media sosial.
- iv. Menyiasat sebab akibat yang timbul dari strategi mengatasi (*coping strategy*) dalam fenomena revolusi industri muzik Melayu tempatan di laman rangkaian media sosial.

Namun secara spesifiknya kajian ini akan menyentuh objektif yang ketiga iaitu membincangkan kelangsungan kaedah strategi mengatasi dalam fenomena revolusi industri muzik Melayu tempatan di laman rangkaian media sosial iaitu kesannya setelah strategi mengatasi dilakukan oleh informan.

### **Kajian Literatur**

*Smule* ialah aplikasi muzik yang turut berfungsi sebagai platform media sosial, yang mula diperkenalkan di San Francisco, Amerika Syarikat. Menurut Le Bouteiller (2021), aplikasi ini mengkhususkan diri dalam menghasilkan lagu yang menarik dan membolehkan penggunanya bekerjasama dalam lagu menggunakan sistem pengendalian *iOS* dan *Android*. Ia menunjukkan bagaimana teknologi telah mengumpulkan pengguna dari pelbagai latar belakang untuk

berkongsi pengalaman muzik secara maya. Manakala Menurut Laela (2019) dan Omar et al. (2021), *Smule* bukan sahaja memudahkan pengguna untuk menyanyi bersama tetapi juga membantu mereka mengingati cara menyanyi dengan betul melalui rakaman lagu dan kolaborasi. Aplikasi ini membolehkan pengguna merakam suara mereka sendiri dan berpotensi menjadi terkenal melalui rakaman yang dimuat naik. Ini menunjukkan kekuatan *Smule* sebagai alat dan platform pembelajaran yang memberi peluang kepada individu untuk cemerlang dalam bidang muzik.

Airoldi (2021) turut berpendapat bahawa aplikasi media sosial *YouTube* dapat mempengaruhi cara manusia berkongsi berkenaan muzik. Berdasarkan Vizcaíno-Verdú et al. (2021), di mana kajian kes adalah mengenal pasti trend penggunaan Youtube dalam sesuatu budaya kehidupan ahli muzik, telah mendapati bahawa para pendidik dan juga seniman telah menemui cara baru untuk mengekspresikan seni mereka menggunakan teknologi ini.

Aplikasi laman media yang sosial yang popular berbentuk penstriman seperti Spotify, Soundcloud yang mempunyai fungsi serupa seperti platform laman rangkaian media sosial internet. Selain memudahkan pengguna membuat senarai main mereka sendiri, aplikasi ini turut dikategorikan sebagai laman media sosial disebabkan penggunaannya dapat memberi komen, berkongsi kandungan dan mengetik butang suka sekiranya mereka menggemari kandungan yang telah dimuatnaik (Park & Kaneshiro; 2022).

Menurut Shahbaznezhad et al. (2021) populariti sesebuah laman rangkaian media sosial seseorang pelaku ataupun artis sangat penting bagi pengguna untuk merasakan bahawa mereka terhubung dengan kepuasan yang ingin mereka cari. Hill (2021) pula menyatakan bahawa media baharu melalui laman rangkaian media media sosial amat memberi pengaruh kepada aktivis muzik terhadap penggunaan platform tersebut dan ditujukan kepada masyarakat setempat.

### **Metodologi Kajian**

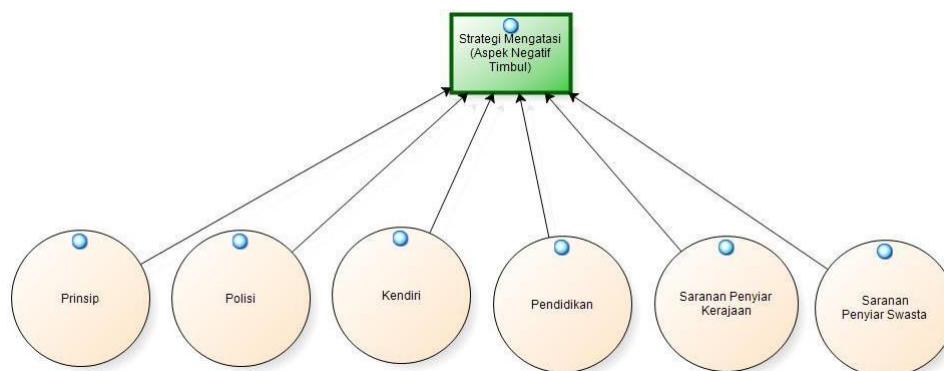
Kajian ini menggunakan metodologi *Constructivist Grounded Theory* untuk mengkaji dinamik interaksi antara platform media sosial dan perniagaan muzik Melayu di Malaysia. Pendekatan yang dipilih adalah berdasarkan kapasitinya untuk menjana hipotesis kerja (*working hypothesis*) yang berasaskan daripada data. Pengumpulan data dijalankan menggunakan pelbagai metodologi, seperti temu bual mendalam, pemerhatian penyertaan, dan analisis dokumen dan kandungan siaran di mediasosial. Penyelidik telah menjalankan analisis data secara berulang dan berperingkat dan membolehkan penyelidik membandingkan dan menyelaraskan data secara berterusan dengan kategori dan konsep yang muncul, seperti yang ditekankan oleh Strauss dan Corbin (1990). Objektif kertas kajian ini adalah untuk mendapatkan kefahaman menyeluruh tentang impak negatif yang terhasil daripada pengaruh platform media sosial terhadap pertumbuhan industri muzik Melayu tempatan di Malaysia.

**Empat Fasa dalam Pengumpulan Data**

Fasa	Kod	Tujuan	Informan
1	Terbuka (Open)	Kategorikan kod dalam kategori untuk analisis lanjutan	12 individu dan 4 dalam kumpulan fokus
2	Berpaksi (Axial)	Kod dinyatakan secara terperinci; menghubungkan kod antara satu sama lain untuk dibuat tema	4 Individu dan 3 dalam kumpulan fokus
3	Selektif (Selective)	Mencipta model paradigma dan bincangkan tema yang berkaitan dengan model; Mencipta jalan cerita yang mengintegrasikan model paradigma	3 individu dalam kumpulan fokus
4	Selektif (Selective)	Menguji, mengesahkan dan menerangkan model paradigma hingga mencapai ketepuan; mengiktiraf konsep-konsep yang muncul dalam model paradigma; menjalankan semakan pakar (members check)	4 individu dalam kumpulan fokus

**Strategi Mengatasi (Aspek Negatif Yang Timbul)**

Setelah menganalisis dapatan hasil temubual yang dijalankan, penyelidik mendapati terdapat enam (6) elemen yang boleh dijadikan sebagai strategi dalam mengatasi permasalahan yang timbul daripada fenomena revolusi industri muzik Melayu tempatan di laman rangkaian media sosial. Penyelidik akan mengolahkan enam (6) elemen ini bagi difahami terdahulu sebelum ke sub topik kesan strategi mengatasi pada bahagian seterusnya. Model elemen strategi mengatasi dapat membantu pelaku dan pemain industri sekiranya aspek negatif timbul adalah seperti di bawah.

**Model Strategi Mengatasi (Aspek Negatif Timbul)**



### **Pengamalan Prinsip**

Adalah menjadi keperluan untuk tidak berkongsi dan mempromosi lagu yang tidak berkualiti dan mencerminkan identiti budaya Melayu di laman rangkaian media sosial sendiri. Dalam masa yang sama keperluan bagi mendorong artis muzik Melayu tempatan untuk mengambil inisiatif dalam mempelajari dan menguasai penggunaan laman rangkaian media sosial juga dilihat langkah penting bagi mengatasi permasalahan yang berlaku (Scott, 2022). Mereka harus memanfaatkan platform-platform ini dengan bijak dan kreatif untuk mempromosikan diri mereka sendiri, berinteraksi dengan peminat, dan menyebarkan karya-karya mereka secara meluas.

### **Polisi**

Dalam masa yang sama juga perlunya sesebuah organisasi untuk menyusun dan melaksanakan polisi dan peraturan yang sesuai untuk melindungi kepentingan artis dan industri muzik Melayu tempatan di laman rangkaian media sosial (Ruddin & Jamalullail, 2022). Ini termasuk perlindungan hak cipta, peraturan tentang penyebaran karya-karya melalui platform-platform digital, dan pemantauan aktiviti yang berkaitan dengan muzik Melayu tempatan di laman rangkaian media sosial. Karya baharu dan berkualiti perlu diberi peluang untuk diketengahkan di platform media sosial (Bender et al., 2021). Dengan mengambil kira elemen-elemen ini sebagai strategi, dapat membantu dalam mengatasi permasalahan yang timbul daripada fenomena revolusi industri muzik Melayu tempatan di laman rangkaian media sosial.

### **Kendiri**

Seseorang individu yang menjurus kepada artis dan penggiat muzik boleh mengambil inisiatif untuk mempelajari kemahiran yang diperlukan dalam penggunaan media sosial secara efektif (Bauer & Schedl, 2019). Ini termasuk pengetahuan tentang pemasaran digital, pengurusan kandungan yang berkualiti, dan analisis data untuk memahami tingkah laku penonton. Dengan mengembangkan kreativiti dan inovasi, individu boleh menghasilkan kandungan yang menarik dan berkualiti tinggi. Kandungan yang unik dan relevan akan meningkatkan penglibatan penonton dan membina jenama peribadi yang kukuh di media sosial.

### **Peranan Pendidikan**

Kaedah pendidikan juga dilihat boleh memainkan peranan penting dalam mengatasi permasalahan yang wujud. Pihak berkepentingan yang terlibat harus memperkasakan dan memperkenalkan program pendidikan yang menggalakkan artis dan pelaku industri muzik Melayu tempatan untuk memanfaatkan laman rangkaian media sosial serta teknologi dalam membuat kandungan muzik dengan cara yang lebih berkesan bagi mendekati diri bersama komuniti (Gaunt et al. 2021). Ini termasuk latihan dalam pengurusan media sosial, strategi pemasaran digital, dan pemahaman tentang platform laman rangkaian media sosial yang dapat membantu industri muzik ke arah yang lebih baik (Weng & Chen, 2020). Perkara ini juga dilihat dapat menjadi pemangkin yang baik untuk semua pelaku industri yang terlibat bergerak seiringan.

### **Saranan Penyiaran Kerajaan**

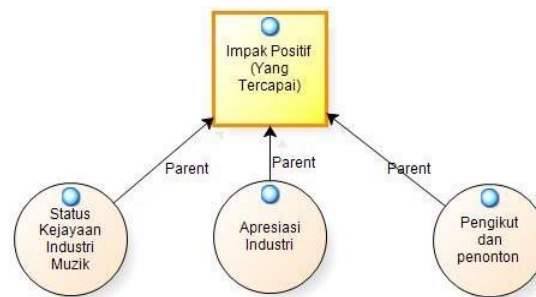
Pihak kerajaan seharusnya memainkan peranan penting dalam membangunkan industri muzik dalam sesebuah negara (Ardyanto & Rachman, 2022). Contohnya dengan membangunkan langkah serta inisiatif dan dasar bagi mempromosikan serta melindungi industri muzik Melayu tempatan di platform media sosial. Selain itu juga pihak kerajaan juga boleh memberikan sokongan dalam bentuk insentif kewangan, penyediaan infrastruktur, dan pengukuhan undang-

undang berkaitan hak cipta dan hak kekayaan intelektual bagi penggiat seni yang terlibat.

### Saranan Penyiar Swasta

Begitu juga dengan pihak swasta dan bukan kerajaan yang dilihat turut dapat membangunkan kerjasama dan jalinan dengan pemain industri muzik tempatan (Tajvidi & Karami, 2021). Entiti berkaitan yang terlibat dalam industri muzik seperti syarikat rakaman, stesen radio dan televisyen swasta, dan perusahaan teknologi untuk meningkatkan penyebaran dan pengiktirafan muzik Melayu tempatan di laman rangkaian media sosial. Ini boleh melibatkan peningkatan promosi, pengembangan industri muzik di peringkat antarabangsa serta peluang kerjasama yang lebih jitu dengan artis tempatan.

### Strategi Mengatasi (Yang Tercapai)



### Model Impak Positif (Yang Tercapai) Melalui Strategi Mengatasi

#### Perbincangan Dapatan

Penyelidik mendapati satu siri perhubungan antara impak positif yang dicapai dalam industri muzik dan tiga faktor utama yang bertindak sebagai pemangkin kejayaan itu: status kejayaan industri muzik tempatan, penghargaan apresiasi daripada industri dan serta sokongan pengikutserta penonton. Pertama, status kejayaan industri muzik merujuk kepada kedudukan dan pencapaian komersial serta pengiktirafan yang diperoleh oleh artis di arena tempatan dan antarabangsa. Kedua, apresiasi industri mencerminkan tahap penghargaan yang diberikan oleh orang ramai dan pengkritik terhadap karya seni muzik tempatan, yang boleh dilihat melalui anugerah, ulasan positif, dan sokongan daripada media dan institusi budaya. Ketiga, pengikut dan penonton menunjukkan sejauh mana artis berjaya menarik dan mengekalkan penonton melalui platform media sosial, yang merupakan penunjuk penting keberkesanan strategi promosi mereka.

Sinergi antara tiga elemen ini menjadi asas untuk mencapai impak positif dalam industri muzik, menunjukkan betapa pentingnya penggunaan media sosial sebagai alat utama dalam promosi dan interaksi yang membolehkan artis tempatan bukan sahaja mengukuhkan profil mereka tetapi juga mengembangkan jangkauan dan pengaruh di pentas global. Ini membuka peluang untuk kajian lanjut tentang bagaimana strategi ini boleh dioptimumkan untuk memacu pembangunan industri muzik tempatan dalam era digital. Ulasan lebih lanjut boleh dilihat pada sub topik seterusnya.

### **Pengikut Dan Penonton Yang Meningkat**

Hasil dari strategi mengatasi di atas penyelidik mendapati bahawa sesebuah media sosial dapat memperluas jangkauan penonton secara global. Maka dengan itu, laman rangkaian media sosial telah menjadi platform utama yang boleh didampingi pelaku yakni artis serta industri muzik untuk mencapai peminat yang lebih luas dan membangun empayar peminat yang besar (Oh & Choeh, 2021). Media sosial telah mengatifikan segmen komunikasi dan interaksi langsung antara artis dengan peminat dan dalam pada masa yang sama meningkatkan kesedaran tentang pengemaskinian kandungan oleh pelaku tetapi juga memperkuat kesetiaan peminat kepada artispujaan mereka.

Penyelidik juga mendapati bahawa sesebuah unsur budaya dapat dipopularkan dengan berkesan terus kepada pengikut dan penonton melalui strategi mengatasi yang diadaptasi terhadap laman media sosial. Oleh yang demikian pendekatan yang betul seperti menjalani latihan dan persediaan yang rapi sebelum membuat sesuatu kandungan akan dapat memaksimumkan impak positif terhadap peningkatan bilangan pengikut dan penonton khususnya dalam memperkenalkan dan memperkukuh kandungan yang dicipta termasuklah kandungan artis muzik (Mulyanto & Probowo, 2021).

Seterusnya sokongan menyeluruh terutamanya daripada pihak kerajaan dan juga pihak swasta untuk mengoptimumkan kelebihan media sosial dalam tujuan mempromosikan muzik tempatan ke persada antarabangsa dapat memperkasakan lagi jumlah bilangan pengikut dan penonton namun turut dilihat sebagai penyumbang kepada penjana ekonomi kreatif dalam negara. (Romdonny & Maulany, 2020)

### **Status Kejayaan Industri Muzik Melayu Tempatan**

Industri muzik dunia dan juga Melayu tempatan kembali bersinar setelah wujudnya penggunaan media sosial oleh setiap lapisan umur seluruh dunia termasuk di Malaysia (Kirul, 2024). Perihal ini sekaligus telah memberi impak yang besar kepada kejayaan industri muzik Melayu tempatan di Malaysia. Platform laman rangkaian media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube dan TikTok telah menjadi alat utama untuk artis menjangkau khalayak yang lebih luas dan berinteraksi secara langsung dengan peminat. Dalam masa yang sama, populariti dan pengedaran karya muzik tempatan meningkat dengan ketara, dengan artis dapat memuat naik lagu dan video muzik dengan yang segera dikongsi dan ditonton oleh ribuan hingga jutaan pengguna.

Dalam masa yang sama juga pengiktirafan muzik Melayu tempatan juga telah dapat dicapai melalui media sosial. Artis boleh mempromosikan diri mereka dan karya mereka secara berterusan, menarik perhatian media, peminat dan hakim anugerah muzik berkaitan lagu lagu baharu dan viral di laman media sosial. Ikatan dan maklum balas daripada peminat di laman media sosial dilihat dapat meningkatkan reputasi artis seterusnya menjadikan mereka lebih bersemangat untuk terus melangkah maju (Santos et al., 2019). Ramai artis tempatan telah memenangi anugerah muzik berprestij di peringkat kebangsaan dan antarabangsa, berkat sokongan dan pengiktirafan yang mereka terima melalui media sosial. Selain itu, media sosial membantu dalam memperkenalkan bakat baharu yang mungkin tidak mempunyai akses kepada saluran promosi tradisional. Selain itu senario ini sedeikit sebanyak menjadikan sesebuah program anugerah dan pengiktirafan lebih inklusif dan menyeluruh dengan mengambil kira kewujudan kandungan muzik dari laman rangkaian media sosial.



Dari perspektif ekonomi, media sosial membuka pelbagai saluran pendapatan baharu untuk artis, seperti pengiklanan, penajaan dan jualan produk melalui platform dalam talian. Platform seperti Spotify dan Apple Music membolehkan artis menjana pendapatan melalui penstriman muzik, yang sering dipromosikan melalui media sosial (Rahimi & Park, 2020). Pendapatan daripada penstriman, jualan digital dan peluang komersial dilihat meningkat bagi sebahagian artis yang aktif di media sosial. Penggunaan media sosial juga mengurangkan kos promosi dan pemasaran, membolehkan artis mengawal strategi mereka sendiri dengan lebih berkesan dan cekap.

### **Impak Apresiasi Dalam Industri Muzik Melayu Tempatan**

Kewujudan media sosial memberi impak yang besar kepada penghayatan industri muzik Melayu tempatan melalui dimensi baharu dalam pembangunan artis tempatan. Platform seperti YouTube, Instagram dan TikTok telah membuka peluang kepada artis tempatan untuk mempamerkan karya mereka kepada khalayak yang lebih luas dan lebih pelbagai, di peringkat nasional dan antarabangsa. Sebagai contoh, artis seperti artis muzik tempatan iaitu Yuna dan Siti Nurhaliza telah mendapat pengiktirafan global, bukan sahaja melalui karya muzik mereka tetapi juga melalui keterlihatan mereka yang kuat di media sosial (Hansen & Bickford, 2023).

Pengiktirafan ini bukan sahaja diperoleh daripada peminat dalam dan luar negara, tetapi juga daripada industri muzik tempatan dan antarabangsa yang amat menghargai sumbangan mereka. Selain itu, media sosial telah memudahkan penyebaran dan kebolehcapaian muzik Melayu tempatan dengan lebih meluas dan efisien. Lagu dan video muzik yang dimuat naik dan dikongsi oleh seseorang pelaku ataupun muzik artis dengan serta merta dapat menjangkau ribuan hingga jutaan pengguna juga peminat mereka (Ashton, 2024). Fenomena viral di platform media sosial seperti TikTok memberi impak yang ketara di mana banyak lagu tempatan mendapat perhatian luar biasa dalam dan di luar negara. Kelebihan ini bukan sahaja dilihat dapat meluaskan capaian muzik tempatan tetapi juga mengukuhkan kedudukan budaya muzik Melayu tempatan itu sendiri dalam landskap muzik global.

Media sosial juga turut membuka pelbagai peluang komersial yang sebelum ini sukar dicapai oleh seseorang artis. Hasil dari kesan apresiasi terhadap sumbangan mereka kepada industri melalui kandungan mereka di media sosial, kini seseorang artis boleh menjana pendapatan tambahan lain seperti kandungan media sosial yang mendapat pengiklanan dan duta jualan produk dalam talian (Hödl & Myrach, 2023). Oleh yang demikian, penyelidik mendapati sesebuah syarikat produk mendapat tempas tidak lagi perlu membuat promosi besar besaran disebabkan kuasa artis yang dapat menarik minat peminat dan pengikut mereka untuk membeli barangan atau produk keluaran syarikat yang mengambil mereka menjadi duta tersebut.

Selain itu, strategi promosi dan penjenamaan yang lebih kreatif dan kos yang efektif di media sosial telah dapat membantu artis membina profil awam yang lebih kukuh dan menarik perhatian media tradisional bagi mendekati mereka. Media sosial telah membuka ruang bagi artis tempatan untuk mempromosikan karya mereka tanpa terus bergantung kepada saluran tradisional seperti mendapat siaran di televisyen dan radio tempatan yang sering kali memerlukan kos yang agak tinggi namun akses yang terhad (Dergacheva & Katzenbach, 2023). Implikasi daripada strategi ini menunjukkan bahawa media sosial bukan sahaja berfungsi sebagai platform promosi, tetapi juga sebagai alat penting dalam mengukuhkan identiti dan jenama artis, sekaligus meningkatkan daya tarikan mereka kepada media tradisional dan memperluas jangkauan mereka kepada audiens yang lebih luas. Dalam konteks kajian ini,

kesan ataupun impak dari strategi mengatasi yang tercapai ini boleh diteliti dengan lebih mendalam untuk penyelidik lain memahami bagaimana ia boleh dioptimumkan lagi bagi memajukan industri muzik tempatan.

### **Kesimpulan**

Strategi mengatasi yang digunakan di laman media sosial telah terbukti memberikan impak yang mendalam terhadap perkembangan industri muzik Melayu tempatan. Penggunaan media sosial sebagai platform utama berbanding kaedah tradisional telah membolehkan artis-artis tempatan mencapai pengikut dan penonton yang lebih luas, baik di peringkat nasional mahupun global (Laisharm, 2020). Fenomena ini bukan sahaja meningkatkan pengiktirafan dan apresiasi terhadap karya muzik tempatan tetapi juga membuka pelbagai peluang komersial yang memperkukuh kedudukan ekonomi artis dan industri secara keseluruhan.

Dalam masa yang sama, media sosial dilihat telah mengubah landskap industri muzik Melayu tempatan dengan menyediakan saluran komunikasi langsung antara artis dan peminat, seterusnya dapat meningkatkan kesetiaan dan sokongan berterusan. Interaksi yang lebih rapat ini membolehkan artis menyesuaikan karya mereka berdasarkan maklum balas segera daripada peminat untuk memastikan keberkesanan strategi pemasaran yang boleh digunakan di media sosial (Kartik & Mishra, 2022). Selain itu, media sosial juga turut memainkan peranan penting dalam mempromosikan bakat baharu yang mungkin tidak mempunyai akses kepada saluran promosi tradisional seterusnya menjadikan industri muzik lebih inklusif dan dinamik.

Secara keseluruhannya, strategi mengatasi yang diterapkan melalui media sosial telah memberi kesan impak yang signifikan dan positif kepada perkembangan industri muzik Melayu tempatan. Dalam era digital, adalah penting bagi artis dan pemain industri untuk terus menyesuaikan dan mengemas kini strategi mereka untuk memanfaatkan sepenuhnya potensi media sosial (Parkhomenko & Berezovska, 2022). Ini bukan sahaja akan memastikan kesinambungan dan kejayaan industri muzik Melayu, malah akan membantu dalam memartabatkan budaya muzik tempatan di dunia global. Kajian lanjut dan analisis yang lebih mendalam diperlukan untuk terus memahami dan mengoptimumkan impak media sosial terhadap industri muzik, agar manfaat yang diperoleh dapat dikekalkan dan dipertingkatkan.

### **Penghargaan**

Penulis ingin merakamkan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada penyelia serta penulis bersama penyelidikan yang telah dijalankan. Dalam masa yang sama penulis merakamkan jua penghargaan kepada informan yang terlibat secara langsung dalam industri muzik Melayu tempatan dari pelbagai latar belakang seperti artis muzik, penerbit album, komposer, penulis lirik, penyarah muzik, juruhebah dan wartawan telah sudi ditemubual bagi mendalami kajian ini. Semoga kajian ini memberi manfaat kepada semua terutama industri muzik Melayu tempatan di Malaysia.

### **Rujukan**

- Airoidi, M. (2021). The Techno-Social Reproduction of Taste Boundaries on Digital Platforms: The Case Of Music on Youtube. *Poetics*, 89, 101563.
- Ardyanto, D., & Rachman, A. (2022). Virtual Keroncong Music Performances As An Effort To Maintain Their Existence During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Seni Musik*, 11(1), 78- 85.

- Ashton, D., & Patel, K. (2024). 'People don't buy art, they buy artists': Robot artists—work, identity, and expertise. *Convergence*, 13548565231220310.
- Bauer, C., & Schedl, M. (2019). Global and country-specific mainstreamness measures: Definitions, analysis, and usage for improving personalized music recommendation systems. *PloS one*, 14(6), e0217389.
- Bender, M., Gal-Or, E., & Geylani, T. (2021). Attracting artists to music streaming platforms. *European journal of operational research*, 290(3), 1083-1097.
- Bengtsson, L. R., & Edlom, J. (2023). Commodifying participation through choreographed engagement: the Taylor Swift case. *Arts and the Market*, (ahead-of-print).
- Chong, C. C. Y. and Li, A. (2023). Emotional music generation: an analysis of effectiveness and user satisfaction by using python and dart. *Computer Science, Engineering and Applications*. <https://doi.org/10.5121/csit.2023.130519>.
- Dergacheva, D., & Katzenbach, C. (2023). "We Learn Through Mistakes": Perspectives of Social Media Creators on Copyright Moderation in the European Union. *Social media +Society*, 9(4), 20563051231220329.
- Gaunt, H., Duffy, C., Coric, A., González Delgado, I. R., Messas, L., Pryimenko, O., & Sveidahl, H. (2021). Musicians as "makers in society": A conceptual foundation for contemporary professional higher music education. *Frontiers in Psychology*, 12, 713648.
- Hansen, K. A., & Bickford, T. (2023). Negotiating girlhood in rock music: Nandi Bushell, prodigy discourse and adult mentor-fans. *Popular Music*, 42(2), 123-142.
- Hödl, T., & Myrach, T. (2023). Content Creators Between Platform Control and User Autonomy: The Role of Algorithms and Revenue Sharing. *Business & Information Systems Engineering*, 65(5), 497-519.
- John Wiley & Sons, Shahbaznezhad, H., Dolan, R., & Rashidirad, M. (2021). The role of social media content format and platform in users' engagement behavior. *Journal of Interactive Marketing*, 53(1), 47-65.
- Kartik, T.K. & Mishra, M.. (2022). Artists on Social Media: an Analysis of Personal Branding Strategies employed by Indian Independent Artists on Social Media Platforms. *CARDIOMETRY*. 509-518. 10.18137/cardiometry.2022.23.509518.
- Kirui, A. K. (2024). Digital literacy for musicians: Navigating music streaming services for independent artists in Kenya. *Journal of Music and Creative Arts (JMCA)*, 3(1), 10-22.
- Laishram, P. (2020). Understanding the Circulation of Songs of Resistance via Social Media in Manipur, India. *Millennium Journal of Humanities and Social Sciences*.
- Laela, N. R. (2019). Using Smule joint singing pop song through online media to enhance EFL college learners' understanding English for intercultural communication. Manuscript. English Education Program FKIP Galuh University.
- Le Bouteiller, M. (2021). Singing and playing music through mobile applications: Smule, a new music experience. *De Musica*.
- Mulyanto, I. H., & Prabowo, A. (2021, October). Marketing Innovation Through Integrated Social Media in Small Business Wood Artists by Karya Langit Mangunan Bantul. In *RSF Conference Series: Business, Management and Social Sciences*, 1 (3), 226-235.
- Oh, Y. K., & Choeh, J. Y. (2022). Social media engagements of music videos on YouTube's official artist channels. *Convergence*, 28(3), 804-821.
- Omar, A., Bakar, S. A. S. A., & Muhammad, M. H. (2021). Budaya berhibur menerusi aplikasi smule dalam karya arca instalasi. *Ideology Journal*, 6(2), 43-52.
- Park, S. Y., & Kaneshiro, B. (2022). User perspectives on critical factors for collaborative playlists. *PloS one*, 17(1), e0260750.

- Parkhomenko, I., & Berezovska, K. (2022). Popularity Strategies of a Modern Music Artist. *Socio-Cultural Management Journal*, 5(2), 126-141.
- Rahimi, R. A., & Park, K. H. (2020, June). A comparative study of internet architecture and applications of online music streaming services: The impact on the global music industry growth. In 2020 8th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT), 1-6. IEEE.
- Romdonny, J., & Maulany, S. (2020, March). Contribution of social media in increasing marketing of creative economy product. In 1st international conference on accounting, management and entrepreneurship (ICAMER 2019), 87-90. Atlantis Press.
- Ruddin, I. and Jamalullail, J. (2022). The development of new media in the economic growth of the Indonesian music industry. *Ilomata International Journal of Management*, 3(4), 470-485. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v3i4.580>
- Santos, T. O., Correia, A., Biscaia, R., & Pegoraro, A. (2019). Examining fan engagement through social networking sites. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(1), 163-183.
- Scott, D. M. (2022). The new rules of marketing and PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Newbury Park, CA: Sage.
- Tajvidi, R., & Karami, A. (2021). The effect of social media on firm performance. *Computers in Human Behavior*, 115, 105174.
- Vizcaino-Verdú, A., Contreras-Pulido, P., & Guzmán-Franco, M. D. (2021). Youtube musicians and self-perceived multimedia, hypermedia, intertextual and transmedia competencies. *Learning, Media and Technology*, 46(4), 515-530.
- Wares, C., Smith, A. B., & Teague, M. L. (2023). Exploring the Impact of Social Media on the Music Industry—From Music Consumption and Discovery to Health and Wellness—And Developing a More Sustainable Future. *MEIEA Journal*, 23(1). <https://doi.org/10.25101/23.1>