



ABSTRAK

Stereotype tentang orang Ambon bersuara merdu telah menjadi sesuatu yang melekat pada *mindset* orang non-Ambon. Persepsi tersebut menyebutkan bahwa Orang Ambon pastilah memiliki suara bagus. Tidak hanya ketika bertemu secara langsung, saya pun menemukan persepsi tersebut di kanal YouTube musisi Ambon. Industri 4.0 yang berbasis virtual mendorong musisi untuk berkarya di YouTube sebagai kanal musik berekspresi mereka. Dengan bantuan internet YouTube saat ini sudah gampang diakses oleh siapapun. Hal tersebut menjadikan YouTube menjadi salah satu strategi *marketing* dalam memasarkan karya-karya musik para musisi lokal.

Dengan adanya *stereotype* dari orang non-Ambon yang menganggap semua orang Ambon pandai bernyanyi dan bersuara merdu membuat saya bertanya, seperti apa identitas orang Ambon yang sebenarnya jika dilihat melalui karya lagu dari musisi lokal Ambon yang diunggah di kanal YouTube mereka. Bagaimana para musisi lokal Ambon lewat YouTube menyampaikan identitas seperti apa yang mereka inginkan dengan konsep dan tema pada lagu yang mereka ciptakan? Apa pesan-pesan moral yang terkandung dalam lirik lagu mereka? Bagaimana secara visual mereka menampilkan Ambon di hadapan masyarakat Indonesia?.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan wawancara mendalam kepada narasumber utama yaitu para musisi dari empat kanal YouTube yang menjadi objek penelitian. Teori yang dipakai untuk menjawab pertanyaan di atas adalah teori identitas dan musik, identitas sosial, dan konstruksi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ke empat musisi lokal Ambon memiliki idealisme masing-masing dalam menciptakan lagu. Idealisme tersebut membentuk identitas musik mereka. Meskipun pendengar mereka lebih memilih untuk mendengarkan lagu mereka yang bertemakan romansa percintaan yang kemudian dapat kita lihat pada *like* dan *view* terbanyak pada lagu yang mereka unggah. Para musisi tersebut tidak akan terpengaruh oleh keinginan dari para pendengar mereka.

Kata kunci: identitas sosial, konstruksi, YouTube, musisi lokal



Abstract

The stereotype about Ambonese with melodious voices has become something attached to the mindset of non-Ambonese people. This perception states that Ambonese must have good voices. Not only when I meet in person, but I also find this perception of the Ambon musician's YouTube channel. Virtual-based Industry 4.0 encourages musicians to work on YouTube as their expressive music channel. With the help of the internet, YouTube is now easily accessible by anyone. This makes YouTube a marketing strategy in marketing local musicians' musical works.

With the stereotype of non-Ambonese people who think all Ambonese are good at singing and have sweet voices, it makes me ask, what is the true identity of Ambonese people when seen through the song

of Ambonese local musicians uploaded on their YouTube channel. How do local Ambonese musicians via YouTube convey what kind of identity they want with the concepts and themes in the songs they create? What moral messages do their song lyrics contain? How do they visually present Ambon to the Indonesian people?

This study uses a qualitative research method with an in-depth interview approach to the main source, namely musicians from four YouTube channels who are the research objects. The theories used to answer the above questions are the theory of identity and music, social identity, and construction. The results of this study indicate that the four local Ambonese musicians have their respective ideals in creating songs. This idealism forms their musical identity. Even though their listeners prefer to listen to their songs with the theme of romance, we can then see the most likes and views on the songs they upload. These musicians will not be influenced by the wishes of their listeners.

Keywords: social identity, construction, YouTube, local musicians