

Jalan Terjal Perempuan Musisi Indonesia

Mumpung masih momentum Hari Kartini, tak ada salahnya kita melihat peta posisi perempuan musisi Indonesia pada lanskap digital, katakanlah Spotify misalnya. Kehadiran layanan musik *streaming* menjadi palang pintu pertama untuk mengukur secara obyektif bagaimana perempuan musisi hadir dan menjangkau penggemarnya.

Jika kita cermati, beberapa perempuan musisi mendominasi layanan musik *streaming*, sebut saja Iddigat dengan lagu "Sedia Aku Sebelum Hujan", pada akhir 2025 membukukan 16,8 juta pendengar bulanan di Spotify. Pencapaian Iddigat melampaui Niki, pada kurun waktu yang sama memperoleh 15,8 juta pendengar. Bahkan, lagu "Sedia Aku Sebelum Hujan" dalam waktu relatif cepat berhasil menembus 80 juta pemutaran dan hingga kini (saat artikel ini ditulis) masih menjadi nomor satu di Spotify Chart Indonesia sebagai lagu yang paling disukai.

Sebelumnya, kita mengenal perempuan musisi yang cukup progresif, yakni Mahalini. Ia memiliki beberapa lagu yang sempat hit dan viral, seperti "Sial" dan "Sisa Rasa". Lagu "Sial" sempat menembus 264 juta pemutaran, sementara "Sisa Rasa" mencapai 234 juta pemutaran.

Sementara itu, perempuan

musisi yang mendapat kehormatan untuk dinobatkan sebagai Top Local Female Artist of 2025 dalam Spotify Wrapped Live adalah Nadine Amizah dengan karya "Bertaut", "Rayuan Perempuan Gila", dan "Semua Aku Dirayakan". Hal itu menandakan posisinya sebagai perempuan musisi yang layak diperhitungkan (kendati angka pemutaran digitalnya tidak setinggi Iddigat ataupun Mahalini).

Di satu sisi kita patut bangga karena perempuan musisi berhasil meraih posisi prestisius dalam industri musik di Indonesia, khususnya jika diukur dari pemutaran lagu secara daring. Namun, di sisi lain, masih banyak perempuan musisi yang tidak mendapat kehormatan serupa karena kurasi algoritma (juga kurasi editorial). Algoritma senantiasa merekomendasikan musik yang sama setiap kali kita membuka layanan *streaming* musik. Hal itu terjadi karena satu lagu dapat didengarkan secara masif dan terus-menerus.

Yang cukup menarik adalah kendati merajai layanan musik digital di Indonesia, belum banyak perempuan musisi yang dapat menembus pasar global. Ekosistem layanan digital Spotify justru menjelaskan bahwa perempuan musisi Indonesia mampu menjangkau pendengar global saat bernaung di bawah

label internasional. Kasus Nicole Zefanya yang punya nama panggung Niki menjadi unik dalam konteks ini.

Ia yang berada di bawah manajemen internasional 88rising, dengan lagu hit seperti "You'll Be in My Heart", berhasil menjadi perempuan musisi Indonesia pertama yang mencapai angka 6 miliar pemutaran digital pada Spotify di Februari 2026. Pencapaian Niki ini seolah menunjukkan bahwa afiliasi dengan label global menjadi penting untuk dapat menjangkau audiens internasional.

Sementara perempuan musisi yang bergerak secara indie harus bekerja secara mandiri dalam mempromosikan setiap karyanya dan hal ini tentunya menjadi beban ganda.

Kita bisa bersukacita terkait prestasi perempuan musisi kita, tetapi jika dicermati dengan lebih saksama, terdapat kesenjangan antara jumlah perempuan musisi dan laki-laki, terutama di platform *streaming*. Data dari Chartmetric, secara global, jumlah perempuan musisi hanya 18 persen, sisanya adalah laki-laki.

Hal yang sama terjadi di Indonesia. Dari 50 lagu dalam *playlist* "Indonesia Top 50" di Spotify (diakses 21 April 2026), jumlah perempuan musisi ada 10 nama, sementara laki-laki 20 nama, sisanya kolaborasi dan musisi luar negeri. Perbanding-



Aris Setiawan

an 2:1 ini tentu tidak mengesankan, mengingat gejala yang sama juga terjadi di tingkat global.

Iddigat dan Mahalini memang memiliki beberapa lagu yang masuk dalam *playlist*, seolah terlihat kuat secara visual, tetapi untuk hitungan unik representasi individu tetap terbatas. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi perempuan musisi untuk tidak sekadar menciptakan karya bagus, tetapi juga mampu memahami ekosistem algoritmik digital sehingga nama mereka terbac.

Memutus rantai

Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini memang

layak untuk disyukuri. Layanan musik digital telah memutus rantai sistem yang selama ini membelenggu perempuan musisi.

Di periode industri musik lawas, perempuan sulit mendapat panggung karena harus melalui serangkaian jalan terjal, terutama mampu menarik perhatian pemilik label musik. Dan, kita tahu, hampir semua pemilik dan pemegang otoritas di label musik adalah laki-laki.

Kuasa maskulinitas ini yang kemudian memengaruhi citra dan selera musik, sekaligus juga membentuk pasar yang sepenuhnya didominasi oleh musisi kaum Adam. Jika pun ada perempuan musisi, jumlahnya sangat terbatas, itu pun sepenuhnya berada dalam kuasa laki-laki sebagai pencipta lagu, manajer, dan naungan label.

Saat ini, rantai panjang itu dapat disederhanakan. Perempuan musisi dapat menjadi manajer dan sekaligus label atas dirinya sendiri. Yang dibutuhkan kemudian adalah bukan semata perempuan yang berkarya, melainkan perempuan musisi yang mampu memahami bagaimana ekosistem digital bekerja, dibentuk, dan dibangun.

Dengan kata lain, jika dalam periode lalu perempuan cukup berbekal penampilan dan vokal yang memesona, hari ini juga harus ditambah sisi literasi dan pengetahuan yang lebih kom-

pleks. Ia dituntut untuk membuat karya agar tidak lekas terkubur dalam lautan jutaan lagu yang setiap detik diunggah di laman layanan musik digital. Jalan lebih mudah, tetapi persaingan lebih tinggi dan sulit.

Harus disadari bahwa hilangnya rantai sistem lama tidak langsung menghapus hambatan struktural. Sebagaimana kita ketahui, ekosistem dunia digital memiliki logikanya sendiri, yang kadang tak selalu ramah kepada semua musisi, tak terkecuali perempuan.

Algoritma memang tidak memedulikan gender, tetapi ia bergantung sepenuhnya pada data perilaku pengguna atau audiens. Karya yang baik belum tentu mendapat perhatian, sejauh pengguna tak melirikinya.

Katakanlah jika pengguna di Indonesia kebanyakan memutar karya musisi laki-laki, amplifikasi akan terus dilakukan dengan merekomendasikan hal dan karakter yang serupa atau nyaris sama. Jika demikian, perempuan musisi harus bekerja dua kali lebih keras untuk mampu memicu interaksi dengan penggemar agar algoritma membacanya.

Dengan kata lain, perempuan musisi harus berhasil "meyakinkan" algoritma bahwa karyanya digemari publik. Ini semacam beban baru yang tak dijumpai di industri musik konvensional. Uniknya, persoalan

ini, yang saya sebut sebagai "algoritmik *gender gap*" dalam industri musik digital kita jarang dibicarakan. Padahal, ia memainkan peran penting dalam ekosistem industri musik mutakhir.

Jalan bagi perempuan musisi seolah mudah, merilis lagu secara mandiri, mendapatkan ribuan pemutaran, tetapi tiba-tiba berhenti berkarya. Mereka kehabisan energi karena tanpa dukungan memadai terkait sistem manajemen terukur, distribusi promosi, dan ini yang paling penting: literasi digital. Akibatnya, jalan yang dianggap mempermudah, menjadi jalan yang tak kalah terjal dan berliku.

Saya mengamati perempuan musisi yang berhasil bertahan dalam ekosistem industri musik digital adalah mereka yang mampu membangun jejaring sosial kuat, keahlian dalam membaca data, dan berani bereksperimen dengan lagu berformat pendek-pendek untuk kepentingan media sosial, katakanlah Tiktok misalnya.

Perempuan musisi adalah mereka yang mampu menjadi manajer, analis, kreator konten, dan sekaligus psikolog publik. Oleh karena itu, bagi para perempuan, masih mau menjadi musisi? Ah!

Aris Setiawan

Etnomusikolog; Pengajar di ISI Surakarta