

Peran 88rising Dalam Membantu Artis Asia Memasuki Dunia Musik Global: Studi Kekuatan Perusahaan Transnasional

Daniar Uswatun Hasanah^{*1}, Hulwatulqisthi², Muhammad Ariq Nashrullah³

^{1,2,3} Universitas Padjadjaran; Jl. Raya Bandung - Sumedang KM. 21, Jatinangor, Indonesia
 Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Padjadjaran
 Jl. Raya Bandung - Sumedang KM. 21

e-mail: ^{*}daniar19001@mail.unpad.ac.id, ²hulwatulqisthi19001@mail.unpad.ac.id,
³muhammad19350@mail.unpad.ac.id

Abstract

This research will discuss the role of 88rising as a transnational corporation that runs in the music industry where 88rising is an independent music label that brings Asian artists to enter the global music scene. The main purpose of this article is to understand and also describe the role of 88rising as a transnational corporation in helping Asian artists to enter the global music scene. The theory used in this research is the theory of globalization and also transnationalism with qualitative research methods. The data search was carried out using secondary data observations, the sources are ranging from books, online news, reports and journal articles that support this research. Therefore, after going through the research and discussion that the author did, it was found that 88rising as a transnational corporation has a big role in bringing Asian artists into the global music scene. This is an extraordinary achievement considering that 88rising is an independent music label that was recently established, and also competes with other record major labels which are also transnational corporations.

Keywords: *88rising, Asian Artist, Globalization, Global Music, Transnational Corporation*

Abstrak

Penelitian ini akan membahas mengenai peran 88rising sebagai *transnational corporation* yang bergerak di bidang musik dimana 88rising merupakan *independent music labels* yang membawa artis-artis Asia untuk memasuki kancah dunia musik global. Tujuan utama dari artikel ini adalah untuk memahami dan juga menjabarkan mengenai peran 88rising sebagai *transnational corporation* dalam membantu artis Asia memasuki kancah dunia musik global. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori globalisasi dan juga transnasionalisme dengan metode penelitian kualitatif. Pencarian data dilakukan dengan menggunakan observasi data sekunder yaitu yang bersumber dari buku, berita online, laporan serta artikel jurnal yang mendukung penelitian ini. Maka dari itu setelah melalui riset dan pembahasan yang penulis lakukan, ditemukan bahwa 88rising sebagai *transnational corporation* memiliki peran besar dalam membawa artis Asia memasuki kancah musik global. Hal ini merupakan suatu prestasi luar biasa mengingat 88rising merupakan *independent music labels* yang baru berdiri, dan juga bersaing dengan *record label* besar lainnya yang juga merupakan *transnational corporation*.

Kata kunci: *88rising, Artis Asia, Globalisasi, Musik Global, Perusahaan Transnasional*

1. Pendahuluan

Musik dunia terus berkembang dan semakin bervariasi mulai dari semakin banyaknya genre, penyanyi, hingga bahasa dan asal musik tersebut. Perkembangan musik dunia ini terjadi seiring dengan perkembangan zaman serta teknologi. *World Music* sering dianalisis sebagai rangkaian genre musik yang saling terkait yang ditentukan dari perspektif *ethnomusicological*. Namun dalam bentuknya yang kontemporer seperti sekarang ini, musik juga merupakan bagian dari ekonomi budaya, bagian dari industri musik global. Dua puluh tahun terakhir telah melihat minat yang tumbuh oleh pemerintah dalam nilai potensi ekonomi dari industri musik sebagai sumber lapangan kerja dan pendapatan ekspor serta sebagai *soft power* yang dapat membantu pemerintah. Keadaan industri musik dunia semakin berkembang dan bervariasi.

Pada tahun 2020 telah terjadi penurunan pertunjukan musik global akibat adanya pandemi Covid-19, namun meskipun begitu penurunan tersebut diimbangi dengan peningkatan jumlah *streaming* yang meningkat hingga 19,9% (International Federation of the Phonographic Industry, 2021) yang dapat diakses melalui berbagai platform seperti Spotify, YouTube dan lainnya. Selain itu peningkatan terjadi pula pada industri rekaman musik global. Chief executive IFPI (International Federation of the Phonographic Industry, 2021) menyatakan bahwa “saat dunia menghadapi pandemi Covid-19, kami diingatkan akan kekuatan musik yang bertahan lama untuk menghibur, menyembuhkan, dan mengangkat semangat kami, ketika perusahaan rekaman terus memperluas jejak geografis dan jangkauan budaya mereka, musik menjadi lebih terhubung secara global saat ini, daripada sebelumnya dan pertumbuhan ini

telah menyebar ke seluruh wilayah di seluruh dunia” (International Federation of the Phonographic Industry, 2021).

Selama ini industri musik Asia tetap terus dipandang sebelah mata dalam industri musik dunia. Hal ini terjadi dapat dilihat dari sejarah perkembangan musik dunia yang lebih menyoroti dan mengembangkan musik barat seperti Amerika, Inggris, Prancis, Jerman, Italia dan beberapa negara bagian Barat lainnya. Komposer musik yang disebutkan dalam sejarah musik dunia pun adalah komposer yang berasal dari Amerika dan Eropa. Bahkan hingga perkembangan genre yang disebutkan dalam sejarah musik dunia pun berasal dari Amerika dan Eropa dan menjadikan negara Barat sebagai awal dari musik di seluruh dunia.

Hal ini tidak hanya terjadi pada sejarah musik dunia, bahkan saat ini pun meski perkembangan musik Asia seperti Korea Selatan, Jepang, China, dan beberapa musik dari negara Asia lainnya terus meningkat dan menyebar ke seluruh dunia terlihat dari pertumbuhan musik Asia yang meningkat sebesar 9,5% pada tahun 2020 dan K-Pop yang berhasil mendorong Korea Selatan hingga 44,8% dan posisi sebagai pasar utama musik yang tumbuh paling cepat pada tahun 2020 (International Federation of the Phonographic Industry, 2021). Namun musik Asia tetap dipandang sebelah mata, hal ini dapat dilihat dalam *Global Music Report 2021* yang menunjukkan seluruh *Global Top Charts* merupakan artis atau penyanyi yang berasal dari Amerika dan Eropa. Hal ini menunjukkan bahwa musik Asia masih dipandang sebelah mata dalam industri musik dunia dibandingkan dengan musik yang berasal dari negara Barat

Musik telah menjadi unsur Globalisasi sejak lama. Bersamaan dengan

Film, Animasi, Novel dan berbagai budaya *pop culture* lainnya, Musik adalah salah satu unsur yang dapat diterima oleh masyarakat Global secara mudah dan menyebar dengan cepat. Musik juga seringkali ditujukan untuk didengarkan oleh sekelompok komunitas tertentu yang memiliki cita rasa serta selera berbeda, yang mana akan menikmati musik tersebut dan mengikuti seluruh aspek yang dibawa bersama musik yang mereka sukai seperti cara berbusana, aksesoris, perilaku dan lain sebagainya yang dicerminkan oleh musisi-musisi yang membawakan musik tersebut (White, 2012). Contoh paling nyata adalah Elvis Presley, di masa keemasannya pada tahun 1950-an. Pada saat itu kondisi dunia masih belum semaju sekarang terutama dalam bidang teknologi, akan tetapi hanya lewat TV, Radio dan Majalah serta media cetak sederhana, Elvis dapat membuat gebrakan budaya dengan musik Rock n' Roll nya. Tidak hanya musiknya saja yang menjadi hits dan populer di seluruh penjuru negara, namun juga pembawaannya yang flamboyan dan romantis, gaya busananya yang ikonik dengan kemeja kerah terbuka hingga gaya rambut Pompadour nya yang ditiru banyak lelaki saat itu (Rolling Stone, 1977). Elvis membuktikan bahwa musik tidak hanya dinikmati sebagai karya seni saja, namun membawa gelombang budaya serta pengaruh kultur pada masyarakat global, bahkan hingga sekarang. Fenomena ini yang dikemukakan White sebagai "musik adalah bahasa universal" yang dapat menjangkau kultur dan budaya masyarakat hingga dapat mengubah komunitas global. Tak dapat dipungkiri lagi, Musik adalah salah satu unsur penting dalam Globalisasi hingga saat ini.

Membahas mengenai Globalisasi yang terjadi akhir-akhir ini, salah satu fenomena yang sedang marak ditekuni adalah Globalisasi Timur ke Barat.

Sebelumnya banyak dikemukakan bahwa Globalisasi tidak lain hanya sebuah propaganda barat dalam menyebarkan budaya dan ideologi barat melalui westernisasi terselubung. Namun seperti yang dikemukakan Turner dan Khondker; Globalisasi tidak dapat serta merta dicap sebagai westernisasi saja, namun kita harus melihat melalui kaca mata yang lebih luas bahwa budaya lain juga turut menyebar secara global, salah satunya adalah budaya timur (Turner & Khondker, 2010). Lebih jauh, Turner dan Khondker mengemukakan bahwa ketika kita ingin meneliti mengenai fenomena Globalisasi, kita harus melihat Barat dan Timur sebagai dua pihak dan elemen yang setara.

Kini, suatu fenomena unik terjadi dimana budaya timur mulai terlihat lebih dominan dari budaya barat. Hal ini berkaitan dengan dominasi ekonomi timur kedalam pasar barat seperti China dan Jepang akhir-akhir ini dalam bidang teknologi, industri, otomotif dan lain sebagainya. Selain bidang tersebut, budaya timur juga mulai diterima dalam kultur masyarakat barat dan global. Melalui bantuan Internet dan kemajuan teknologi, Musik Timur seperti K-Pop dan J-Pop, Film dan Series Korea, Anime dari Jepang adalah segelintir contoh konsumsi masyarakat global kini (Wee & WanLing, 2016). Bukan hanya unsur "seni"-nya saja yang menyebar secara luas, namun juga unsur lain seperti budaya, *fashion*, bahasa hingga kuliner pun turut menjamur di tengah masyarakat. Bahkan artis Asia kini lebih percaya diri untuk bersaing di pasar Amerika sekalipun. Hal ini tentu merupakan berita baik karena selama ini, seperti yang disebutkan sebelumnya, artis Asia cenderung dipandang sebelah mata dalam pasar global terutama barat.

Sebelumnya, sebagai akibat dari westernisasi yang tak terelakkan musik dari dunia belahan timur selalu dianggap tidak setara dengan apa yang dirilis di barat. Menjual musiknya di dunia barat bisa dibayangkan menjadi impian hampir seluruh musisi di Kawasan timur. Di dunia global yang terus menyusut saat ini, dimana batas-batas antar negara menjadi kabur dan mulai melebur, melintasi dan menggabungkan budaya adalah kebutuhan bagi siapa saja yang ingin tetap menjadi yang terdepan. 88rising, sebuah perusahaan media yang didirikan oleh Sean Miyashiro tidak ingin melewatkan kesempatan tersebut. Dengan motto perusahaan mereka yang berbunyi, "didedikasikan untuk merayakan budaya Asia global" kehadiran agensi perusahaan tersebut bak jembatan pengantar, kunci bagi gembok, dan pintu yang membuka para artis timur untuk mengglobalkan musiknya. Mereka mulai berhasil menghilangkan *gap* yang ada diantara musik barat dan musik timur, melalui pengelolaan manajemen nya banyak artis Asia yang namanya mulai ramai diperbincangkan masyarakat dunia. Sebut saja salah satunya Rich Brian. Sejak ia merilis "Dat \$tick," Brian telah menjadi rapper Asia paling relevan di Amerika Serikat. Pada tahun 2017 dia bersama artis dari 88rising lainnya Keith Ape, merilis sebuah lagu berjudul "*Gospel*" menghasilkan lebih dari 130 juta streaming di Spotify, dan 42 juta penayangan di YouTube, terjual lebih dari 500.000 kopi di seluruh dunia. Contoh kecil ini bisa dikatakan sebagai salah satu keberhasilan agensi tersebut dalam mengangkat musisi Asia di kalangan masyarakat dunia.

2. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

2.1.1 Globalisasi Ekonomi

Menyebar nya isu ekonomi secara global ditandai dengan lahirnya Bretton Woods System pada tahun 1944 yang menjadi cikal bakal Organisasi dan Institusi Ekonomi dunia seperti IMF dan *World Bank* (Bordo, 1993). Sejak saat itu penyebaran ide ekonomi dan kerjasama

2.1.2 Globalisasi Politik

Menurut Steger, Globalisasi politik merujuk pada proses penyebaran dan keterikatan aktivitas politik secara global. Proses ini juga terdiri dari beberapa isu seperti kedaulatan, *intergovernmental organizations*, dan *Global Governance* hingga *non-state actor*. Isu ini membuktikan bahwa adanya evolusi bentuk dan kerangka politik negara-negara hingga nantinya membuka konsep politik baru di masa depan.

2.1.3 Globalisasi Budaya

Terkait dengan Globalisasi budaya, Steger menjelaskan bahwa "budaya" memiliki artian yang luas. Secara sederhana, budaya merupakan suatu fenomena yang selalu terjadi di tengah sekelompok masyarakat dan diterima serta menjadi ciri khas dari kelompok masyarakat tersebut. Budaya juga menjadi sebuah "bahasa" untuk mengekspresikan pikiran serta pendapat seseorang. Steger sendiri menyatakan bahwa globalisasi budaya mengacu pada intensifikasi dan perluasan aliran budaya di seluruh dunia. Yang artinya, adanya proses penyebaran budaya suatu kelompok masyarakat atau individu tertentu kepada masyarakat Global. Globalisasi budaya biasanya mengambil bentuk dari objek Pop Kultur yang beredar di tengah masyarakat seperti Musik, Film, Kartun, Novel dan karya seni lainnya yang digemari masyarakat.

2.1.4 Globalisasi Ideologi

Steger menyatakan bahwa Ideologi merupakan suatu gagasan yang diyakini secara luas berupa norma, ide ataupun nilai yang diterima kebenarannya oleh sekelompok masyarakat tertentu. Ideologi membantu seseorang untuk melihat nilai dan memetakan konsep kebenaran yang ada di dunia. Atas dasar itu penyebaran ideologi secara global sangatlah cepat dan marak terjadi baik secara langsung maupun secara terselubung.

2.2 *Transnational Corporation* atau *Multinational Corporation*

Transnational corporation (TNC) atau *Multinational corporation* (MNC) merupakan perusahaan yang beroperasi di lebih dari satu negara, perusahaan besar yang umumnya berada di berbagai negara industri dan mempunyai kantor di berbagai negara lainnya, umumnya di berbagai negara berkembang. Karena perusahaan ini bergerak di berbagai negara, dan adalah perusahaan global, maka tentu akan berdampak kuat pada kondisi politik secara global. Perusahaan multinasional ini akan semakin penting di negara ini sejak akhir perang dunia ke II. Keberadaan TNC ini tidak terlepas dari perkembangan era globalisasi yang memungkinkan adanya kerjasama hingga pada tingkatan internasional atau antar negara. Adanya bentuk kerjasama ini juga akan mencakup kerjasama pada sektor perdagangan dalam kegiatan ekonomi antar tiap negara yang berbeda. Untuk itu, saat ini hadir berbagai perusahaan yang berskala internasional yang memiliki peran penting dalam hubungan internasional antar barang tersebut.

Perusahaan multinasional mempunyai peranan yang sangat penting dalam aktivitas ekspor dan impor, transaksi

internasional, sampai pada penanaman modal asing di beberapa negara tujuan tertentu. Pada akhirnya, perusahaan ini akan mampu mempengaruhi kondisi ekonomi pada suatu negara. Selain itu juga semakin berkembangnya teknologi dan globalisasi, TNC ini semakin memiliki power dan eksistensi di dunia sehingga TNC ini juga memiliki peran penting selain dalam aspek ekonomi.

2.3 Power

Power atau kekuatan dan bisa didefinisikan pula sebagai kekuasaan merupakan salah satu dari esensi hubungan internasional yang berperan sebagai alat yang digunakan negara untuk mencapai *interest* (Dugis, 2013). Dengan demikian, *national power* berarti sebuah *power* yang dimiliki oleh sebuah negara untuk mewujudkan *national interest*-nya.

Pada dasarnya, *power* dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu: *hard power*, *soft power* dan *smart power* (Nye, 1990) *Hard power* merupakan kekuasaan dari suatu negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya melalui kebijakan vital yang bersifat memaksa terhadap negara atau aktor lain. Pada umumnya *hard power* ditunjukkan melalui kekuatan militer dan ekonomi.

Soft power merupakan kekuasaan suatu negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya melalui pendekatan tanpa bersifat memaksa terhadap negara atau aktor lain, baik dengan cara mempengaruhi, ajakan bekerja sama, diplomasi atau sebagainya. Sedangkan *smart power* adalah gabungan dari *soft power* dan *hard power*. Dalam penerapan *smart power* negara akan menyeimbangkan antara penggunaan kekuatan militer dan kemampuan diplomasi.

Dengan berkembangnya globalisasi, semakin luas pula aktor selain negara dalam *power* ini atau disebut *global power*. *Global power* ini mulai mengancam bagi aktor negara karena mulai mengambil alih dan memiliki power yang cukup besar meskipun tidak menghilangkan state power. Salah satu *global power* adalah *multinational corporation*, dengan adanya globalisasi perusahaan multinasional memperkuat power mereka dari kemampuan mereka untuk secara efisien mengoperasikan, mengkoordinasikan, dan mengelola transaksi antar negara. TNC dapat dan akan mengalihkan produksi dari negara bagian dengan biaya tinggi ke negara bagian dengan biaya rendah. Sehingga negara harus peduli dengan power yang dimiliki TNC karena kemampuan mereka untuk menentukan lapangan kerja dan, pada akhirnya, kemakmuran negara.

2.4 Sejarah 88rising

88rising, atau yang biasa dituliskan dengan cara 88↑ (tanda panah ke atas) adalah perusahaan media massa yang didirikan oleh Bay Area National Sean Miyashiro pada tahun 2015. Arti nomor 88 berasal dari karakter Cina "囍," yang berarti "kebahagiaan ganda" angka 8 juga dianggap sebagai angka keberuntungan di Cina, melambangkan keberuntungan dan kekayaan (Herin, 2020). Perusahaan ini pada awalnya dimulai sebagai perusahaan musik kolektif dan manajemen yang disebut CXSHXNLY yang mengawasi dan mulai melakukan kontak dengan seniman yang mereka temukan di internet. Kini 88rising adalah label rekaman *hybrid*, manajemen bakat, pemasaran, dan perusahaan produksi media yang menyatu menjadi satu di bawah nama 88rising. Saat ini, 88rising memiliki lebih dari 70 karyawan dan kantor yang bertempat di

New York City, Los Angeles, dan Shanghai.

Rich Brian, adalah salah satu artis yang menjadi "wajah" dari 88rising. Segera setelah Brian pindah ke AS untuk keefisienan promosi, 88rising mulai memperkenalkannya ke pasar musik utama. Dia diundang ke serial talk show local, kemudian dia mulai tampil di festival. Pada saat yang sama, 88rising dan Brian terus menerbitkan lagu-lagu baru dan video musik baru tidak hanya di YouTube tetapi juga pada platform streaming musik seperti Spotify, musik Apple dan sebagainya. Salah satu lagunya yang berjudul "Glow Like Dat" dengan cepat menjadi video nomor satu yang dilihat dengan lebih dari 52 juta tampilan. Selain kualitas produksi video musik dan musik, kolaborasi sebelumnya dengan berbagai seniman juga memainkan peran penting dalam popularitas video Brian. Pada dasarnya, contoh sukses kaya Brian adalah sinyal ke Asia dan Barat: ada pasar potensial untuk seniman Asia. Di industri musik Barat, terutama hip-hop, dan 88rising adalah platform untuk koneksi dari dua sisi tersebut. Sebelum Brian, orang mungkin tidak tahu ada artis di Asia yang dapat membuat musik hip-hop, dan 88rising berusaha memberi tahu orang-orang di seluruh dunia: Ada seniman Asia yang dapat membuat musik hip-hop dan rap sebaik seniman di barat (Zhang, 2018)

3. Metode Riset

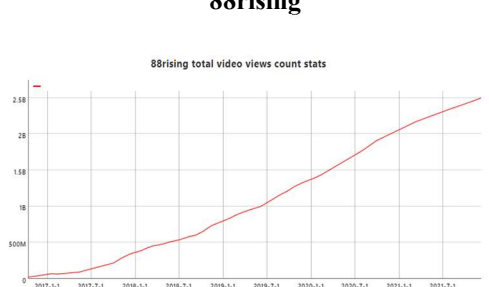
Pada riset kali ini periset memilih untuk menggunakan jenis riset kualitatif. Kata kualitatif sendiri menyiratkan penekanan pada kualitas entitas dan pada proses dan makna yang tidak dapat diukur secara eksperimental. Penelitian kualitatif menekankan sifat realitas yang dikonstruksi secara sosial (Denzin & Lincoln, 2005) jenis ini dipilih karena

kekuatan dari metode ini adalah kemampuannya untuk memberikan deskripsi tekstual yang kompleks. Selain itu periset yakin dengan menggunakan jenis kualitatif itu akan memberikan informasi tentang sisi "manusia" dari suatu masalah - yaitu, perilaku, keyakinan, pendapat, emosi, dan hubungan individu yang sering bertentangan. Metode kualitatif juga efektif dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang tidak berwujud, seperti norma sosial, status sosial ekonomi, peran gender, etnis, dan agama, yang kedepannya akan sangat berperan dalam riset ini. Pengumpulan data akan dititikberatkan studi literatur dimana periset akan melakukan observasi terkait data yang sekiranya berhubungan dengan riset yang dilakukan.

4. Hasil dan Pembahasan

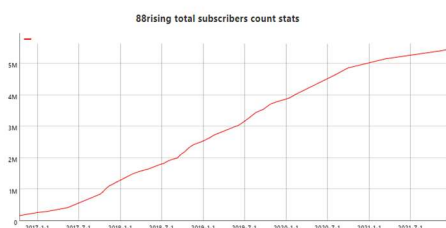
4.1 Statistik Perkembangan 88rising

Gambar 1. Grafik perkembangan jumlah penonton video dalam saluran YouTube 88rising



Source: YouTube 88rising

Gambar 2. Grafik perkembangan jumlah subscriber saluran YouTube 88rising



Source: YouTube 88rising

88rising merupakan perusahaan media baru yang berbasis di AS, telah mencoba untuk menggabungkan budaya Asia dengan barat melalui konten musik dan budayanya diterbitkan di saluran YouTube selama beberapa tahun terakhir. 88rising ini adalah label rekaman untuk artis Asia dan juga perusahaan manajemen hybrid yang tidak hanya mencakup musik, seni, fashion dan budaya tetapi juga menciptakan budaya hybrid mereka sendiri. 88rising dibentuk pada tahun 2015 dengan memulai kontak dengan artis-artis baru yang mereka temui di internet. Mereka memfokuskan kegiatan melalui internet dan baru memulai pertunjukan langsung pada tahun 2017.

Pada Mei 2016, perusahaan mengunggah konten video pertama mereka di YouTube sebagai 88rising dan mulai bekerja dengan artis lain seperti Rich Brian, Joji, dan Higher Brothers. Perkembangan pesat di YouTube 88rising mulai terjadi pada tahun 2017 di mana pada awal tahun 2017 88rising memiliki sekitar 165.000 *subscribers* dan pada akhir tahun 2017 mencapai 1,24 juta *subscribers*. Pada tahun 2017 ini meningkat pesat pada sekitar waktu yang sama ketika Brian merilis lagu barunya "Glow Like Dat", video tersebut juga memiliki penayangan tertinggi di saluran tersebut. Namun grafik ini mulai tidak meningkat setelah Oktober yang terkait dengan fakta bahwa mereka lebih fokus pada tur daripada mengunggah konten. Namun, bukan berarti mereka kehilangan penonton, sebaliknya dengan lebih banyak berinteraksi dengan penonton di ruang fisik melalui konser atau pertunjukan, pelanggan 88rising terus tumbuh dengan baik (Zhang, 2018). Pada tahun 2018 saluran YouTube 88rising mencapai 2,49 juta *subscribers*.

Selanjutnya pada tahun 2019 88rising memiliki 3,86 juta *subscribers* pada saluran YouTube-nya. Dan di tahun 2020 *subscribers* saluran YouTube 88rising ini mencapai 4,9 juta. Perkembangan dari saluran YouTube 88rising ini terus terjadi dengan meningkatnya *subscribers* dan *views* video musik di YouTube 88rising ini. Sejauh ini pada 8 desember 2021 88rising telah mencapai 5,44 juta *subscriber* dan 2,5 miliar penonton dari seluruh video yang diunggah. Hal ini tidak terlepas dari peran 88rising sebagai TNC (*transnational corporation*) musik independen yang dapat memaksimalkan penggunaan internet dalam masa globalisasi ini (*88rising Video Statistics*, n.d.).

4.2 Perbandingan *major record labels* dengan *independent record labels*

Melihat adanya perbedaan jauh antara *independent record labels* seperti 88rising dengan *record label* lainnya seperti *major record labels* tentu terlihat jauh perbedaan yang signifikan. *Major record labels* biasanya memiliki lebih banyak koneksi serta lebih berbentuk seperti perusahaan besar yang sudah berjalan sejak lama dan juga memiliki koneksi yang kuat serta instansi yang lebih formal. Contoh *major record labels* adalah seperti EMI, Sony BMG, Universal Music Group, Warner Music Group. Selain itu *major record labels* juga lebih menekankan pada popularitas serta penjualan yang masif dengan modal dan juga biaya yang besar karena *major record labels* sendiri memiliki dana yang mencukupi. sehingga artis-artis yang ada di *major record labels* biasanya dibiayai dengan penuh. Setelah album atau project mereka keluar biasanya *major record labels* lebih banyak dan juga lebih giat mempromosikan artis mereka lewat berbagai media dengan biaya yang besar juga (Bielas, 2013). Sehingga dengan

begitu artis-artis yang ada di bawah naungan *major record labels* biasanya dapat mendongkrak penjualan dengan sangat cepat dan juga menargetkan lagu-lagu mereka untuk bersaing di papan atas tangga lagu dunia. Dengan sumber daya melimpah dan juga koneksi yang luas *major record labels* dapat dengan mudah mempopulerkan artis mereka sehingga dapat menjadi seorang superstar.

Di sisi lain karena *major record labels* menargetkan penjualan serta mengutamakan popularitas maka di beberapa kasus artis-artis yang ada di *major record labels* biasanya nya tidak dapat mengeksplorasi kreativitas mereka secara penuh dan leluasa karena lagu-lagu mereka sudah ditargetkan untuk dapat berhasil dengan formula dan juga selera yang populer di tengah masyarakat. Hal ini tentu sangat jauh dengan peran awal seorang musisi sebagai artis yang mengandalkan kreativitas serta jiwa seni mereka. *major record labels* seringkali sulit beradaptasi dengan perubahan zaman yang lebih modern dan mengutamakan internet dan media modern lainnya (Bielas, 2013)

Sebaliknya untuk *independent record labels* yang baru berjalan tidak lama seperti 88rising sendiri lebih memiliki kreativitas dan juga kebebasan yang tinggi sehingga artis-artis yang berada dibawah naungan *independent record labels* memiliki kuasa penuh dan juga memiliki kesempatan untuk menyalurkan jiwa seni mereka. Namun sebaliknya dari *major record labels*, *independent record labels* terbatas pada sumber daya keuangan serta koneksi yang tidak seluas *major record labels*. Sehingga cukup sulit untuk artis *independent record labels* bisa populer dan bersaing di papan tangga lagu dunia (Creahan, 2011).

Dari segi musisi, musisi yang ada di bawah naungan *major record labels* biasanya merupakan musisi-musisi top dunia dan juga sudah terkenal dan juga memiliki nama yang besar. Contoh musisi-musisi *major record labels* adalah Ed Sheeran, Dua Lipa, Adele, Justin Bieber dan lain sebagainya, musisi-musisi tersebut memiliki popularitas serta *fanbase* yang tersebar di seluruh dunia sehingga musik-musik mereka dapat selalu populer dan juga ada dalam top tangga lagu dunia. *Major record labels* juga biasanya dapat dengan mudah mengadakan tur dunia serta konser besar yang diatur dengan rapi serta sistematis dengan modal yang besar dan juga penampilan yang mewah. Namun karena biasanya artis dalam *major record labels* mengejar popularitas serta angka pasar maka mereka biasanya akan bekerja dan juga membuat musik hanya untuk mengejar target pasar bukan keinginan serta inisiatif mereka sendiri sebagai seorang artis. Di lain sisi musisi yang ada di bawah naungan *independent record labels* seperti 88rising biasanya memiliki lebih banyak peluang untuk menuangkan kreativitas mereka sebagai artis dan juga lebih banyak bereksperimen dengan musik mereka. Karena *independent record labels* lebih banyak memberikan kesempatan dan juga kebebasan bagi kreativitas serta bakat musisi-musisi tersebut sehingga memiliki ruang bagi kreativitas seni mereka (Ketonen, 2018). namun *independent record labels* biasanya sulit untuk melakukan dan juga menyokong musisi mereka untuk melakukan konser besar serta tur dunia karena keterbatasan biaya dan juga sumber daya. Jikalau musisi tersebut ingin mengadakan konser sendiri biasanya artis tersebut akan mencari vendor-vendor konser sendiri dan juga mengorganisir semuanya sendiri sehingga lebih sulit dan lebih menyita banyak waktu (Creahan, 2011).

4.3 *Transnational corporation* dan kosmopolitanisme musik global

Digitalisasi media dan teknologi musik telah meningkatkan tingkat intensitas dari koneksi, dialog, dan hubungan lintas ruang yang telah memengaruhi teori tentang *network society* serta memperbaharui minat pada gagasan tentang kosmopolitanisme musik. Meskipun kosmopolitanisme adalah istilah yang banyak diperdebatkan dan diperdebatkan, kosmopolitanisme banyak dianggap sebagai alternatif yang digunakan oleh Sebagian komunitas sebagai penghalang xenofobia terhadap orang luar, atau usaha memperjuangkan kemerdekaan (Negus, 2019)

Dinamika musik dan kosmopolitanisme sendiri bisa dilihat pada abad ke-19 dimana hal tersebut merupakan refleksi ideologis, dari adanya kapitalisme global. Dengan demikian, sebagian besar narasi musik dan kosmopolitanisme bertumpu pada pemahaman bahwa produksi dan pengalaman budaya dan musik digunakan dan dibagikan sebagai komoditas dan dipahami sebagai hasil dari praktik kapitalis—sebagai modal budaya. Ekspansi kapitalisme global selama abad ke-19 menyebabkan pergeseran dari dukungan lokal dan swasta ke ranah publik untuk praktik musik, serta hubungan yang berkembang antara musik dan pasar yang dibentuk oleh mode atau tren masa itu, kemudian diarahkan pada keuntungan, dan bergantung pada hubungan sosial baru antara pasar dan koneksi di luar batas lokal dan nasional (Magaldi, 2016)

Sistem kapitalisme global tentu tidak terlepas dari meningkatnya kemunculan perusahaan-perusahaan multinasional yang daya saingnya mampu mengalahkan *nation-state* di kancah sistem internasional. Perusahaan-perusahaan kuat

ini memiliki kemampuan untuk mempengaruhi sebuah nation-state di tahap mereka mampu mempengaruhi undang-undang ketenagakerjaan dan hak cipta pemerintah, undang-undang perpajakan, dan peraturan tentang akses ke informasi. Tidak sampai disitu perusahaan-perusahaan ini juga memiliki daya tawar mereka tersendiri yang nantinya bisa dimanfaatkan oleh pemerintah. Misalnya penyebaran dan sirkulasi pengetahuan dan berita melalui mesin pencari, atau memperdagangkan data yang mereka hasilkan. melalui akses yang mereka miliki ke sejumlah besar detail pribadi.

4.4 Internet sebagai strategi utama 88rising

Dalam proses pemasaran karya-karya artis yang berada di bawah naungan perusahaan ini, cara bagaimana mereka memperkenalkan artisnya agar bisa masuk ke dunia permusikan global bisa dibilang menjadi sebuah angin segar dalam industri permusikan. Sean, pendiri dari 88rising, menyatakan bahwa mereka bukan lah sebuah *music label* atau *media company* melainkan gabungan keduanya menjadikan hal tersebut sebuah keunikan tersendiri bagi perusahaan tersebut. Maka tidak aneh kemudian melihat cara yang dipilih oleh 88rising dalam mempromosikan artisnya berbeda dengan bagaimana biasanya yang dilakukan oleh *music label* seperti memasang papan iklan yang cenderung menguras banyak biaya produksi, mereka memilih cara lain yang biayanya tidak banyak, namun cakupan audiens yang bisa mereka dapatkan tidak juga bisa dikatakan sedikit yakni memaksimalkan kegunaan internet.

Contohnya adalah penggunaan secara maksimal *platform YouTube*. Seperti yang dituliskan dalam karya literatur buatan Zhang (2018), ia menuliskan secara

rinci bagaimana 88rising memaksimalkan platform *YouTube* sebagai wadah mereka mengiklankan artis yang berada di bawah naungan mereka. Bisa dilihat dari video awal di saluran YouTube 88rising, dimana bisa terlihat dengan jelas bahwa Sean dan timnya tahu apa yang diharapkan penonton barat dari budaya Asia. Video pertama yang tersedia di saluran tersebut menampilkan salah satu rapper bernama Sidney Royel Selby III (atau yang juga dikenal sebagai nama panggung “Desiigner”) menampilkan lagu debut populernya berjudul “Panda” di “Kuil” 88rising. Video tersebut sendiri bisa dibilang merupakan upaya dan eksperimen yang sukses dalam percobaan menggabungkan budaya populer Asia dan internet dengan artis Amerika yang sedang tren bisa dilihat dari bagaimana video ini sudah memiliki lebih dari 1,48 juta tampilan. Hal ini tidak hanya menarik perhatian penonton dari Barat dan Timur pada saat yang bersamaan namun juga membantu 88rising untuk membangun citra tentang apa yang mereka coba lakukan; menciptakan konten budaya hybrid dan menjadi wadah yang menjadi antara dua budaya Barat dan Timur bersatu.

Dari sini kita bisa melihat bahwa 88rising menerapkan prinsip “sedikit lebih beda lebih baik dari sedikit lebih baik”. Karena seperti yang kita ketahui sebenarnya musik yang mereka rilis adalah tipikal musik yang memang cenderung mudah untuk diterima khalayak ramai. Namun yang menjadi tantangan adalah bagaimana sesuatu yang cenderung sama tersebut bisa lebih menarik perhatian konsumen? 88rising telah selesai dengan urusan tersebut. Dengan mengandalkan internet, yang pada dasarnya bisa diakses siapapun dimanapun mereka berada kapanpun waktu mereka meluangkan waktu, produk atau yang dalam konteks ini berarti karya dari artis-artis mereka bisa

tersampaikan dengan mudah ke tangan-tangan konsumen.

Sebagai *Transnational corporation* dengan visi dan juga karakter yang modern dan kreatif, 88rising mengandalkan internet sebagai “senjata utama” mereka dalam menghadapi pasar musik global. Internet sendiri sudah dikenal sebagai suatu konsumsi utama anak muda sehari-harinya. Media yang ada di internet juga dapat lebih mudah menyebar ke seluruh dunia dan juga dapat menjangkau berbagai kalangan serta kemudahan akses internet yang membuat media seperti musik yang ditaruh di internet dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat di seluruh dunia. Hal ini membuat musik yang ada di internet mendapat jumlah pemutaran serta penayangan yang masif serta dapat menjadi trending topic di seluruh dunia. Dengan peluang yang tidak terbatas tersebut, langkah 88rising dalam mengandalkan internet merupakan suatu langkah yang sangat tepat dalam menghadapi era modern seperti sekarang ini. Penggunaan media internet juga memiliki biaya yang relatif lebih kecil dibandingkan penyebaran musik melalui cara tradisional seperti yang biasa dilakukan oleh *major record labels*. Sehingga 88rising dapat memangkas *cost* mereka dalam produksi musik dan dapat menyalurkan dana mereka lebih dengan lebih efisien di sektor lainnya. Internet juga merupakan suatu wadah yang tepat bagi media untuk dapat terkenal dalam sekejap seperti contohnya trending melalui media sosial Tiktok ataupun Twitter yang dapat mengangkat nama suatu artis secara singkat. Hal ini sudah sering terjadi bagi artis-artis yang ada di 88rising seperti Stephanie Poetri dan juga di Rich Brian. Maka dari itu dapat dikatakan langkah 88rising yang mengandalkan internet sebagai media utama mereka merupakan contoh yang cerdas bagi *transnational*

corporation lainnya yang ingin bersaing lebih baik terutama dalam bidang musik dalam pangsa musik global. Langkah-langkah yang diambil 88rising selama ini dapat menjadi acuan dan juga pelajaran bagi *transnational corporation* lainnya untuk lebih beradaptasi pada era musik modern yang mengandalkan internet serta teknologi lainnya.

Digitalisasi media dan teknologi musik telah meningkatkan tingkat intensitas dari koneksi, dialog, dan hubungan lintas ruang yang telah memengaruhi teori tentang *network society* serta memperbaharui minat pada gagasan tentang kosmopolitanisme musik. Meskipun kosmopolitanisme adalah istilah yang banyak diperdebatkan dan diperdebatkan, kosmopolitanisme banyak dianggap sebagai alternatif yang digunakan oleh Sebagian komunitas sebagai penghalang xenofobia terhadap orang luar, atau usaha memperjuangkan kemerdekaan (Negus, 2019)

Dinamika musik dan kosmopolitanisme sendiri bisa dilihat pada abad ke-19 dimana hal tersebut merupakan refleksi ideologis, dari adanya kapitalisme global. Dengan demikian, sebagian besar narasi musik dan kosmopolitanisme bertumpu pada pemahaman bahwa produksi dan pengalaman budaya dan musik digunakan dan dibagikan sebagai komoditas dan dipahami sebagai hasil dari praktik kapitalis—sebagai modal budaya. Ekspansi kapitalisme global selama abad ke-19 menyebabkan pergeseran dari dukungan lokal dan swasta ke ranah publik untuk praktik musik, serta hubungan yang berkembang antara musik dan pasar yang dibentuk oleh mode atau tren masa itu, kemudian diarahkan pada keuntungan, dan bergantung pada hubungan sosial baru

antara pasar dan koneksi di luar batas lokal dan nasional (Magaldi, 2016)

Sistem kapitalisme global tentu tidak terlepas dari meningkatnya kemunculan perusahaan-perusahaan multinasional yang daya saingnya mampu mengalahkan *nation-state* di kancah sistem internasional. Perusahaan-perusahaan kuat ini memiliki kemampuan untuk mempengaruhi sebuah *nation-state* di tahap mereka mampu mempengaruhi undang-undang ketenagakerjaan dan hak cipta pemerintah, undang-undang perpajakan, dan peraturan tentang akses ke informasi. Tidak sampai disitu perusahaan-perusahaan ini juga memiliki daya tawar mereka tersendiri yang nantinya bisa dimanfaatkan oleh pemerintah. Misalnya penyebaran dan sirkulasi pengetahuan dan berita melalui mesin pencari, atau memperdagangkan data yang mereka hasilkan. melalui akses yang mereka miliki ke sejumlah besar detail pribadi.

4.5 Pengaruh 88rising terhadap artis yang mereka naungi

Selama beberapa tahun terakhir ini 88rising telah berhasil membuat terobosan dalam industri musik, artisnya berhasil mencapai jutaan streaming. Selain itu juga 88rising menjadi pengisi soundtrack “Shang-Chi” dan menjadi kesempatan 88rising untuk menunjukkan sisi kreatif Asia terutama dalam bidang musik. Selain itu 88rising ini telah berhasil mengubah kehidupan seseorang untuk dapat lebih dilihat oleh masyarakat luas, Rich Brian contohnya, sebelumnya Rich Brian merupakan seseorang yang lebih aktif di internet atau media sosial, karena merasa seringkali dipandang sebelah mata hingga diremehkan karena identitas Asia. Namun setelah bergabung dengan 88rising ini Rich Brian berhasil dipandang oleh seluruh dunia.

Bagi Sean Miyashiro, 88rising memiliki rasa kekeluargaan dan hal itu menjadi sesuatu yang penting, tapi bukan sesuatu yang dipaksakan. Untuk menghasilkan rasa kekeluargaan secara alami, menurutnya, berasal dari bagian dari label yaitu mencoba dan mengingat dari mana kita berasal. Kekeluargaan ini membuat para artis 88rising merasa ‘*belonging*’ hal ini juga membentuk karakteristik yang baik bagi para artis. Bagian dari ikatan erat label 88rising ini terwujud dalam artis-artisnya yang saling bergabung di soundtrack Shang-Chi saja, ada kolaborasi yang luar biasa, hal ini juga diakui oleh NIKI sebagai salah satu artis 88rising (Daly, 2021).

Sean Miyashiro menyatakan bahwa setiap peluang yang 88rising dapatkan seperti membuat soundtrack untuk film, atau beberapa momen bersejarah, 88rising tetap berusaha untuk selalu membumi, hal ini dilakukan dengan alasan di mana kami selalu mencoba menjadi diri kami yang sebenarnya (Daly, 2021). Selain itu 88rising membagi konten yang mereka buat menjadi dua yaitu konten musik dan non-musik. Mengenai konten musik, mereka mengcover video musik untuk artis mereka, video reaksi dari rapper terkenal, dan pengenalan/video musik/pertunjukan untuk musisi/artis non-88rising. Untuk konten non-musik, mencakup makanan & minuman, video promosi/pengenalan merek atau artis Asia, dan bahkan video yang membahas masalah sosial. kita juga dapat melihat bahwa artis perusahaan menjadi lebih banyak beragam, sehingga 88rising tampak memberikan para artisnya kebebasan untuk berekspresi dan menjadi diri mereka yang sebenarnya.

88rising menjembatani kesenjangan antara budaya Asia dan Barat melalui bakat musik seperti Keith Ape, Rich Brian, dan

Joji, tetapi 88rising melakukan lebih dari sekadar musik. Jika kami tetap pada tujuan kami, kami akan menjadi perusahaan musik Asia terbesar di dunia, mungkin bukan dari perspektif uang, tetapi yang penting adalah dari perspektif dampak. Kami akan menjadi orang yang melakukannya dan itu akan menjadi obat bius (Herin, 2020).

4.6 Prospek dan pengaruh 88rising pada masa yang akan datang

Dilihat dari pencapaian serta perkembangan yang cukup pesat selama lima tahun terakhir, 88rising diperkirakan akan terus berkembang di masa depan, seperti yang digambarkan dalam statistik sebelumnya serta prediksi dari sumber yang sama, saluran YouTube 88rising akan terus berkembang dan mencapai 8,1 juta *subscribers* dan 3,61 miliar *views* video di akhir tahun 2022 (*88rising Video Statistics*, n.d.).

Selain itu keberhasilan 88rising sebagai penghubung antara musik Barat dan Asia telah terlihat, besar kemungkinan keinginan 88rising untuk menjembatani kesenjangan ini berhasil di masa depan, atau bahkan bisa mengangkat musik Asia lebih tinggi lagi. Hal ini akan berpengaruh terhadap dikenalnya negara-negara di Asia dalam global, mulai dari artis, kebudayaan, dan berbagai aspek lainnya. Hal ini juga tentu berpengaruh terhadap cara pandang dunia terhadap musik Asia, yang dahulu lebih sering dipandang sebelah mata atau bahkan diremehkan, sekarang ini berkembang dan lebih dilihat dan dianggap oleh dunia, atau bahkan mengalahkan musik-musik Barat. Sangat memungkinkan juga genre musik asia menjadi salah satu genre populer di dunia, seperti keberhasilan K-pop saat ini yang berhasil populer di dunia. Tidak hanya dalam bidang musik, namun juga mengubah cara pandang dunia terhadap masyarakat Asia secara individu,

yang sebelumnya masyarakat Asia dianggap rendah namun dengan dikenalnya artis Asia atau populernya genre musik Asia pandangan dunia terhadap masyarakat Asia dapat berubah dan tidak lagi dianggap rendah.

Besar pula kemungkinan ketika 88rising ini menjadi label besar, pandangan masyarakat atau para artis terhadap label berubah, yang pada awalnya label terlihat terlalu mengatur dan seolah menjadikan artisnya sebagai ‘mesin penghasil uang’, berubah menjadi wadah seorang artis untuk dapat berekspresi dengan bebas sebagai dirinya sendiri dengan karya dan sekumpulan kelompok yang memiliki rasa kekeluargaan, seperti yang ditunjukkan oleh 88rising sehingga label dipandang lebih baik.

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

Sebagai *transnational corporation* yang belum lama dibentuk, 88rising dapat dikatakan memiliki kesuksesan besar dan juga memiliki pengaruh yang sangat masif bagi industri musik dunia saat ini, padahal 88rising sendiri terhitung sebagai *independent record labels*. Bisa dilihat dari bagaimana banyaknya rekor yang dicetak oleh musisi-musisi yang berada di bawah naungan perusahaan tersebut. 88rising sebagai suatu perusahaan dapat bersaing dan juga dapat disandingkan dengan label rekaman mayor lainnya yang sudah lama ada dalam kancah musik global.

Berkat strategi dan juga visi mereka untuk mengembangkan kreativitas artis Asia melalui media internet 88rising dapat membangun suatu jalan baru bagi perusahaan transnasional untuk dapat berkembang dengan sangat cepat melalui bantuan media internet. Media internet sendiri merupakan suatu media yang

bergerak bersama zaman modern dan menjadi media utama bagi masyarakat saat ini. Dengan mengandalkan internet, 88rising berhasil meraih kesuksesan dan posisi dalam kancah musik global dan menjadi salah satu pelopor *transnational corporation* yang sukses bergerak dalam bidang musik walau belum lama berdiri.

Selain itu 88rising juga memberikan pengaruh positif bagi artis-artis Asia yang ada di bawah naungan mereka yang mana pengaruh tersebut bukan hanya dalam dunia musik namun juga dalam segi budaya dan juga sosial. Hal ini tentu merupakan suatu pencapaian luar biasa bagi *transnational corporation* yang dapat mempengaruhi aspek budaya dan sosial suatu negara, mengingat pada dasarnya *transnational corporation* merupakan suatu aktor bisnis. Namun 88rising berhasil menjawab tantangan ini dan menargetkan suatu perubahan budaya dan sosial ditengah masyarakat global lewat musik dan artis mereka. Sehingga dalam skala lebih besar 88rising dapat memperkenalkan artis Asia dan juga dapat memberikan suatu varian musik baru dalam kancah musik global.

Maka dari itu mengingat pengaruh yang dimiliki 88rising dalam musik Asia cukup signifikan, diharapkan mereka dapat terus memberikan banyak pengaruh positif baik itu dalam dunia musik, khususnya musik Asia, dengan lebih dikenalnya artis Asia maupun genre musik Asia di dunia, dan memperluas pengaruhnya ke dalam masyarakat secara budaya dan sosial terkait dengan budaya Asia yang selama ini seringkali dipandang sebelah mata oleh masyarakat dunia, dari yang sebelumnya masyarakat Asia dianggap rendah, dengan dikenalnya artis Asia atau populernya genre musik Asia pandangan dunia terhadap

masyarakat Asia dapat berubah dan tidak lagi dianggap rendah

Daftar Pustaka

Acuan dari buku:

- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. 2005. The Discipline and Practice of Qualitative Research. In The Sage Handbook of Qualitative Research (p. 1). Sage.
- Dugis, Vinsensio. 2013. Teori Hubungan Internasional; Perspektif-Perspektif Klasik.
- Nye, Joseph. 1990. Bound to lead: The changing nature of American power. New York: Basic Books.
- Steger, M. B. 2003. Globalization: A Very Short Introduction. Oxford: Oxford University Press.
- Turner, B., & Khondker, H. H. (2010). Globalization East and West. SAGE Publication.
- White, B. W. (2012). Music and Globalization. Indianapolis: Indiana University Press.

Acuan artikel dalam jurnal:

- Bielas, I. 2013. The Rise and Fall of Record Labels. CMC Senior Theses. Paper 703.
- Bordo, M. D. 1993. The Bretton Woods International Monetary System: A Historical Overview. National Bureau of Economic Research, 3-108.
- Creahan, D. 2011. An Organizational Analysis of Independent Record Labels. Surface.

- Ketonen, T. 2018. Independent artists in the music industry. Arcada. https://www.nme.com/en_asia/features/88rising-head-in-the-clouds-shang-chi-legend-of-the-ten-rings-sean-miyashiro-3068769 diakses Februari 2022
- Magaldi, C. 2016. Cosmopolitanism and Music in the Nineteenth Century. In Oxford Handbook Online (pp. 1-31). Oxford University Press.
- Negus, K. 2019. Nation-states, transnational corporations and cosmopolitans in the global popular music economy. *Current Directions in Psychological Science*, 4(4), 269–274.
- Wee, & Wan Ling, C. J. 2016. East Asian pop culture and the trajectory of Asian consumption. *Inter Asia Cultural Studies*.
- Zhang, H. 2018. A Study of ‘88rising’ and their YouTube Approach to Combine Asian Culture with West. Retrieved from Publication of SCSS: <https://www.scss.tcd.ie/publication/s/theses/diss/2018/tcd-scscs-dissertation-2018-065.pdf>
- Herin, M.2020. “88rising Is Connecting Asian and Western Culture. Retrieved from Stereovision” dalam <https://thestereovision.com/content/88rising-is-connecting-asian-and-western-culture> diakses Februari 2022
- Rolling Stone. 1977. Elvis Presley: Rock’s First Icon. Retrieved from <https://www.rollingstone.com/music/music-news/elvis-presley-rocks-first-icon-191590/> diakses Februari 2022
- Acuan dari prosiding:**
 International Federation of the Phonographic Industry. 2021 Global Music Report 2021. IFPI. https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/gmr2021_state_of_the_industry.pdf
- Acuan artikel dalam website:**
 88rising video statistics. (n.d.). Youtubers.me. Retrieved December, 2021, dalam <https://ng.youtubers.me/88rising/youtube-videos-stats> diakses Februari 2022
- Daly, R. (2021). The Rise of Creative Titans 88rising: "Asian people have wanted this for a long time" dalam