

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Grup musik Tentunya membutuhkan promosi Musiknya untuk memenuhi kebutuhan mereka untuk memperkenalkan karya mereka kepada penikmatnya yang mendengarkannya. Seperti Grup Musik The panturas yang membutuhkan Media untuk memperkenalkan musiknya, *YouTube* merupakan salah satu media promosi The Panturas yang mempunyai daya tarik sangat baik untuk khalayak banyak karena mempunyai fitur yang menarik, kualitas suara, video yang sangat baik dan mempunyai banyak sekali pengunjunnya.

The Panturas merupakan band yang berasal dari Kota Bandung yang menyuguhkan musik-musik pantai yang beraliran *Surf Rock*. Band yang terbentuk tepatnya di Jatinangor sejak tahun 2016, mereka mencoba mendobrak sistem geografis dalam sebuah band terbentuk di dataran tinggi, tidak menjadi halangan untuk The Panturas dalam menetapkan band dengan genre yang bercirikan pantai, dan saat ini The Panturas sudah memiliki album yang dinamai Mabuk laut dan satu single yang berjudul Queen of The South.

Dari promosinya di *YouTube*, band The Panturas kini mempunyai penggemar yang cukup banyak, khususnya di Kota Bandung. Saat ini mereka mempunyai 18,9 ribu subscriber, dan salah satu lagu andalan mereka yang berjudul Shinsine memiliki penonton sampai 1.527.986 juta berdasarkan peniliti lihat di kanal *YouTube*, tentunya itu menjadi pencapaian mereka dalam berkarya di bidang

musik di kota Bandung. Suatu pencapaian yang cukup baik bagi mereka karena karya musiknya bisa di kenal oleh orang banyak, baik di Indonesia maupun di mancanegara.

Youtube menjadikan daya tarik tersendiri di kalangan Band dan musisi karena Youtube merupakan kanal yang sering dijadikan promosi oleh Band-band yang ada di Indonesia, karena kini YouTube hingga saat ini masih di gemari oleh band dan musisi sebagai media promosi musiknya

Seiring Perkembangnya teknologi digital pada saat ini, banyak media baru bermunculan. Media digital saat ini sangatlah berpengaruh dalam dunia permusikan di Indonesia, termasuk di kota Bandung. *YouTube* salah satu media yang banyak di gunakan oleh Band dan Musisi pada saat ini, salah satu band yang menggunakan *YouTube* pada saat ini adalah band The Panturas yang menggunakan media tersebut sebagai media promosi Bandnya,

Diantara *Twitter* atau *Facebook* dan situs jejaring sosial lain, *YouTube* adalah salah satu jejaring sosial yang berbeda. *YouTube* merupakan situs web jejaring sosial yang menawarkan jaringan streaming video dan musik *streaming*, video streaming dan untuk remaja dan dewasa di seluruh dunia. *YouTube* merupakan suatu platform yang bisa di jadikan promosi lagu, dan mendengarkan lagu.

Melalui *YouTube* musisi dan band bisa melakukan promosi, termasuk Band The panturas yang menggunakan media ini. Hal ini di karenakan saat ini situs jejaring sosial sangatlah digemari oleh berbagai kalangan. Di Indonesia termasuk di Kota Bandung kebanyakan *Youtube* digunakan dikalangan musisi Indonesia,

khususnya di kalangan indie kota bandng, Kelebihan *YouTube* terletak pada bidang musik dan video. Kelebihan ini membuat banyak orang memperkirakan bahwa *YouTube* bisa mempengaruhi industri musik di internet. Hal ini menjadi peluang bagi kalangan musisi-musisi termasuk Band The Panturas untuk mempromosikan karya mereka melalui fitur yang disediakan oleh *YouTube*.

Dari sekian banyak fitur yang tersedia di internet adalah promosi. Dalam melakukan promosi melalui media internet tidaklah suatu hal yang mudah dilakukan, hal ini karena tidak semua kalangan yang mampu baik dari segi memiliki maupun menggunakan media tersebut.

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Namun dalam hal ini, maksud promosi bukanlah mentargetkan kedalam suatu penjualan melainkan untuk pengenalan dan pemberitahuan kepada *public* tentang hasil karya musisi berupa musik yang di publikasikan melalui media situs jejaring sosial. *YouTube* merupakan salah satu yang berperan dalam melakukan promosi karya apa yang kita punya terutama di bidang Musik maupun Video.

*Youtube* merupan layanan streaming podcast, Video dan Musik komersial yang, berasal dari California, Amerika Serikat yang menyediakan hak digital manajemen yang dilindungi konten dari label rekaman dan perusahaan media. Youtube dikembangkan pada tahun 2005 oleh tepatnya pada tanggal 14 februari 2005 yang didirikan oleh tiga orang mantan pegawai *Paypal* yang bernama *Steve Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim*. Aplikasi *YouTube* diluncurkan pada bulan

juli 2006, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 ribu video diunggah setiap harinya dan situs ini menerima 100 juta kunjungan video per harinya.

YouTube merupakan media sosial yang kontennya adalah video dan musik yang memberikan perangkat fasilitas pembuatan kanal atau channel. Kami ini dimiliki oleh khalayak yang telah memiliki akun. Di zaman ini pengguna bisa mengunggah Video dan Musik berdasarkan kategori maupun jenis yang diinginkan ibarat kanal stasiun televisi di perangkat TV, kanal yang dibentuk oleh pengguna ini merupakan gambaran atau sebagai model produksi dari TV secara mikro di media sosial (Lister et al., 2003:227-228).

Perkembangan musik di tanah air meningkat dengan pesat. Hal ini terbukti dengan munculnya berbagai jenis aliran musik disertai bintang-bintang baru yang menambah semaraknya jagat musik nusantara. Memang tidak dapat dipungkiri, bahwa musik merupakan salah satu kebutuhan manusia. Selain sebagai hiburan untuk melepas segala penat setelah menjalani sebagai aktivitas, saat ini musik telah menjadi sebuah industri yang menjanjikan bagi sebagian orang, baik industri rekaman, industri pentas maupun industri musik lainnya. Bagaimana tidak, musik telah menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat kita bahkan dunia.

Musik merupakan salah satu sarana manusia untuk menerjemahkan dan mengekspresikan estetika yang ada di dalam hati dan pikiran manusia. Musik juga bisa menjadi ajang menonjolkan bakat dan kemampuan mereka sebagai salah satu Band atau Musisi., kehadirannya tidak dapat dihindari dalam kehidupan manusia bahkan cenderung menjadi gaya hidup.

Potensi dan antusiasme tersebut tidak hanya dalam kapasitas sebagai penikmat musik, penikmat musik kini memilih media massa sebagai media promosi musiknya karena media massa lebih cepat untuk bisa memperkenalkan karya mereka, termasuk media massa YouTube yang kini menjadi media populer yang dipakai sebagai memperkenalkan karya di bidang musik.

Perangkat media yang ada saat ini telah benar-benar memasuki segala aspek kehidupan seseorang. Terlepas dari tujuan dan manfaat apa yang didapat dari perangkattersebut, teknologi telah memberikan akses kepada seseorang untuk menjadi bagian dari masyarakat jejaring sosial tanpa batasan-batasan . Jangan tanyakan apakah teknologi canggih yang tertanam di telepon genggam itu sudah dimaksimalkan kegunaan pertama yang diperlukan dari perangkat itu sekedar bisa mengakses dan berada di dunia online serta bermain di media sosial, seperti *Facebook* dan *Twitter*.

Secara jelas, internet (kependekan dari pada perkataan '*interconnected-networking*') ialah rangkaian komputer yang terhubung di dalam beberapa rangkaian. Manakala internet ialah sistem komputer umum, yang berhubung secara global dan menggunakan TCP/IP sebagai protocol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*).

Rangkaian internet yang terbesar dinamakan Internet. Cara menghubungkan rangkaian dengan kaedah ini dinamakan *internetworking*. Penggunaan internet telah mengubah penggunaan teknologi informasi menjadi lebih mudah dan murah dengan adanya media Internet ini. Pada mulanya akses kepada informasi dalam bentuk elektronik (*elektronik Information*) sangat sukar dan mahal. Orang harus

menggunakan jaringan telekomunikasi dan komputer sendiri yang harganya mahal. Disamping murah, mudah, dan praktis, media internet juga kini menyediakan sebuah media interaksi yang dibentuk dari simpil-simpul (yang umumnya adalah individua tau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan yang disebut jejaring sosial (*social networking*).

Dari waktu kewaktu tampaknya tren pertemanan semakin di minati, seiring meningkatnya pengguna internet itu sendiri. Jaringan sosial milik Amerika ini mulai di gemari oleh kaum muda Indonesia pada tahun 2002, yang kini popularitasnya mulai tersaingi oleh situs *social network* baru milik pemuda bernama Jack Dorsey yaitu pemilik *twitter*.

Di lihat dari perjalanan *YouTube*, apakah sosial tersebut bisa menjadi daya tarik tersendiri Grup Band yang ada di Indonesia, termasuk di Kota Bandung. Dalam Kamus Besar Indonesia, daya tarik memiliki pengertian kekuatan atau tenaga untuk menarik perhatian orang.

Menurut Onong Uchjana Effendy, daya tarik adalah

“Kekuatan, penampilan komunikator dalam memikat perhatian, sehingga seseorang mampu untuk mengungkapkan kembali pesan yang ia peroleh dari media komunikasi”.(Effendy, 1989:33)

Definisi daya tarik dari Onong Uchjana Effendy lebih merupakan daya tarik yang ada pada komunikator.

Sementara itu menurut As’ad (1997:89) dalam bukunya Psikologi Industri sebagai mana dikutip oleh Peneliti dengan mengatakan daya tarik adalah sikap

membuat orang senang akan objek situasi atau ide tertentu, Hal ini diikuti perasaan senada dan kecenderungan untuk mencapai objek yang disenanginya itu.

Dari kedua definisi di atas peneliti memilih dan menggunakan pengertian daya tarik menurut Onong Uchjana Effendy sebagai dasar rujukan yang akan diajukan untuk dikaji lebih lanjut lagi.

Dari latar belakang diatas Penulis tertarik bahwa meneliti tentang daya tarik promosi musik melalui *YouTube* adalah masalah yang menarik untuk diteliti, karena sekarang ini media Sosial sangat di perlukan, terlebih lagi *Youtube* merupakan platform yang menyediakan kemudahan kepada Band-band untuk meng-upload musik mereka kedalam *YouTube*, dengan mudah dan Gratis mereka bisa dikenal hingga luar negeri. Maka peneliti memiliki keyakinan dan harapan akan penelitian ini untuk dikaji dan menelaah secara mendalam mengenai “Daya Tarik Band The Panturas Dalam Menggunakan *YouTube* Sebagai Alat Promosi Musik”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah kedalam bentuk pertanyaan, guna untuk membatasi lingkup permasalahan yang akan diuji

### **1.2.1 Rumusan Makro**

Berdasarkan latar belakang diatas ,aka peneliti menyusun rumusan masalah makro sebagai berikut “**Daya Tarik Band The Panturas Dalam Menggunakan *YouTube* Sebagai Media Promosi Musik**”

### 1.2.2 Rumusan Mikro

Pada peneliti ini, peneliti merinci secara jelas dan tegas dari fokus rumusan masalah yang masih bersifat umum dengan subfokus-subfokus terpilih dan sebagai rumusan masalah mikro, sebagai berikut:

1. Bagaimana **Kekuatan** Band The Panturas Dalam Menggunakan *YouTube* Sebagai Media Promosi Musik ?
2. Bagaimana **Penampilan** Band The Panturas Dalam Menggunakan *YouTube* Sebagai Media Promosi Musik ?

## 1.3 Maksud Dan Tujuan Peneliti

Peneliti ini memiliki maksud dan tujuan sebagai berikut:

### 1.3.1 Maksud Peneliti

Adapun maksud dari penelitian ini yaitu untuk mengkaji dan menjelaskan mengenai Daya Tarik Band The Panturas di Dalam Menggunakan *YouTube* Sebagai Media Promosi Musik.

### 1.3.2 Tujuan Penelitian

Sementara untuk tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui **Kekuatan** Band The Panturas Dalam Menggunakan *YouTube* Sebagai Media Promosi Musik.
2. Untuk mengetahui **Penampilan** Band The Panturas Dalam Menggunakan *YouTube* Sebagai Media Promosi Musik di Kota Bandung.



## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini dapat memberikan sumbangsih yang dapat dijadikan sebagai praktis bagi perkembangan Ilmu Komunikasi secara umum, khususnya kajian tentang Teknologi Informasi dan Komunikasi.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

#### **1. Kegunaan Bagi Peneliti**

Penelitian ini berguna untuk memberi pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti, baik secara teoritis maupun praktis. Penelitian ini juga dapat diterima secara teori serta menambah wawasan peneliti mengenai terapan teknologi komunikasi (internet) dalam komunikasi pemasaran yaitu promosi.

#### **2. Kegunaan Bagi Universitas**

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa UNIKOM pada umumnya dan mahasiswa ilmu komunikasi pada khususnya sebagai literature untuk melakukan penelitian dalam kajian yang sama memberi kontribusi ilmu untuk mengembangkan disiplin ilmu yang bersangkutan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi Program Studi Ilmu Komunikasi khususnya tentang teknologi komunikasi yaitu salah satunya *YouTube*.

### **3. Kegunaan Bagi Masyarakat**

Peneliti ini berguna sebagai pengetahuan baru bagi masyarakat luas berkenan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yaitu *YouTube* yang bisa dijadikan alat untuk promosi.