BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Praktek

Industri musik di Indonesia merupakan industri yang berkembang dengan segmen pasar tersendiri. Musik disukai berdasarkan selera dan perkembangan jaman. *Genre* musik yang dibawakan oleh suatu *band* tertentu juga merepresentasikan untuk siapa lagu yang mereka bawakan.

Genre musik yang dibawakan oleh *band* tertentu mempengaruhi gaya visual *band* tersebut ke dalam aplikasi *band* tersebut yaitu meliputi logo, tipografi, fotografi, *Cover Album, Merchandise*, dan lain sebagainya.

Representasi visual dari *genre* musik sebuah *band* akan memberi kesan dan pesan terhadap audiens tentang perasaan yang dirasakan dan gambaran saat *band* tersebut memainkan lagu-lagunya. " Informasi merupakan data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan dating " (H.M. Yogianto : Analisis dan Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur).

Hal ini juga mempengaruhi *band* tersebut dalam menentukan segementasi audiens. Musik merupakan media *universal* dalam mengungkapkan perasaan seseorang terhadap sesuatu yang mereka rasakan. Namun, dalam prakteknya musik dibagi dalam beberapa *genre* dan dibagi dalam beberapa bagian dalam *genre* tersebut. Musik merupakan media seni yang telah lama ada dan dipakai dalam berbagai acara. Kategori musik bisa dibedakan dalam dua kategori yaitu musik

modern dan musik tradisional. Perbedaan kategori musik tersebut dilihat dari alat yang dimainkan. Namun kategori tersebut sudah semakin jarang dipakai karena ada kolaborasi antar keduanya yang sering dilakukan dan menghasilkan jenis musik baru yang disebut musik kontemporer pada jaman sekarang.

Genre musik yang dibawakan ”Say’A” merupakan *genre* musik pop yang mudah dimengerti oleh semua orang. *Band* pendatang baru biasanya memerlukan sebuah perjuangan untuk bisa dikenal oleh audiens.

Brand ialah persepsi, pengalaman, harapan, terhadap sebuah produk, jasa, pengalaman, personal, ataupun organisasi; merupakan gabungan dari berbagai atribut, baik secara nyata, maupun tidak nyata, disimbolisasikan dalam merek dagang, apabila dikelola secara baikakan menciptakan nilai dan fengaruh. Konon berasal dari bahasa skandinavia kuno ‘brandr’ yang berarti ‘membakar’ (Mendiola B. wiryawan: kamus brand).

Visualisasi dari musik yang dibawakan oleh *band* “say’A” yang membawakan *genre* pop harus mencerminkan lagu-lagu yang dibawakan dan perasaan yang dirasakan saat lagu-lagunya diperdengarkan, sehingga timbul ketertarikan orang untuk mendengarkan dan melihat *perform* dari *band* tersebut. Selebihnya audiens tertarik untuk membeli atau mengunduh lagu-lagunya di Internet untuk terus diperdengarkan disetiap waktu. Dalam posisi ini, Audiens bisa disebut sebagai *fans* (penggemar) dari *band* yang mereka gandrungi.

Keberadaan *fans* menentukan keberadaan dan keberlangsungan hidup dari *band* tersebut. *Fans* bisa disebut ujung tombak dari keberlangsungan hidup *band* karena mereka dengan sukarela bahkan dengan senang hati membeli album dan ataupun menonton *perform* dari

band tersebut. *Band* harus memperkenalkan diri dan mengenal bagaimana karakter *fans* yang akan mereka tuju. Dalam ilmu ekonomi, *fans* disebut sebagai *target market* sekaligus *target audiens* yang harus dipelajari karakteristiknya agar mendapatkan hasil maksimal dalam penjualan dan mendapatkan loyalitas dari *consumer* dalam hal ini yaitu *fans* tersebut. "*Fans* adalah modal terpenting selain anggota *band* itu sendiri. Jika kita bisa mengelola pemuja lewat *fans club* maka kita juga bisa membaca sedari awal seberapa kekuatan kita".Dolte, Rudolf.(2011) Pemuja dan Pemuji Kelola dan Mobilisasi. Diakses pada 01 juli 2011. http://www.langitmusik.com/blog/index.php/2011/04/20/pemuja-dan-pemuji-kelola-dan-mobilisasi/

Secara kharfiah Cover ialah pelindung, bungkus, sampul yang melindungi (Dra. A Kirana, Dra. Vita I :Kamus besar inggris Indonesia) yang berarti bahwa bungkusan yang dibuat untuk melindungi sesuatu. Selain berfungsi untuk membungkus, cover album juga merepresentasikan *personality branding* dari band tersebut.

1.2 Tujuan Kerja Praktek

Tujuan kerja praktek di CV. Alternatif Laboratory ialah perancangan *Cover Album Band Say'A* sebagai media Promosi *band* tersebut sebagai upaya mendapatkan *fans* di dunia musik.

1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan KP

1.3.1 Waktu Kerja Praktek

Kerja Praktek dilakukan selama 2 bulan terhitung dari tanggal 2 Mei 2011 sampai dengan 25 Juni 2011.

1.3.2 Tempat Kerja Praktek

Kerja Praktek di lakukan di CV. Alternatif Laboratory Creative Studio yang beralamat di jl. Cendana blok B no 9 Kec. Karangtengah Kab. Cianjur Prov. Jawa Barat.