BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan musik 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 kebutuhan-kebutuhan penting lainnya seperti makan dan minum. Selain sebagai hiburan untuk melepas segala penat setelah menjalani berbagai 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 yang kita ketahui selama ini memiliki berbagai macam jenis aliran. Diantara jenis musik yang dikenal oleh lapisan masyarakat adalah Pop, Jazz, Rock, Blues, R&B (rhythm and blues), Country, Reggae, Hip Hop, Funk, Latin, Keroncong, Dangdut dan lainnya. Semua jenis musik tersebut memiliki daya tarik tersendiri bagi masing-masing pencintanya.

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, kehadirannya tidak dapat dihindari dalam kehidupan manusia bahkan cenderung menjadi gaya hidup.(Elfa

Secoria, *Music Roadshow Campus to Campus*, 9 Oktober 2013)[1]. Banyaknya jenis-jenis musik baru yang bermunculan menunjukkan perkembangan musik yang pesat.

Perkembangan musik tersebut juga berimbas pada perkembangan musik di Indonesia, hal ini terlihat dari maraknya inovasi-inovasi musik baru yang berhasil diciptakan oleh musisi-musisi tanah air baik musik tradisional maupun musik kontemporer atau perpaduan dari keduanya. Pertunjukkan dan pergelaran musik sangat diminati dan menarik perhatian masyarakat baik sebagai penikmat maupun sebagai partisipan. Hal-hal tersebut menunjukkan besarnya potensi dan antusiasme masyarakat Indonesia dalam musik.

Potensi dan antusiasme tersebut tidak hanya dalam kapasitas sebagai penikmat musik, akan tetapi minat untuk mempelajari musik yang terlihat dari banyaknya sekolah maupun tempat kursus musik yang bermunculan dan sangat diminati oleh masyarakat terutama di kota besar.

Kota Bandung adalah salah satu kota yang tingkat apresiasi musiknya sangat besar di Indonesia, hal ini terlihat dari banyaknya musisi-musisi nasional yang berasal dari kota ini. Kegiatan musik seperti konser-konser maupun festival musik sangat sering dilaksanakan di kota ini dan selalu diserbu oleh masyarakat Bandung, suatu indikasi bahwa penghargaan terhadap musik oleh masyarakat Bandung sangat tinggi. Perkembangan musik di atas tidak akan terlepas dari media-media yang medukung proses penyebaran informasi serta promosi musik kepada khalayak.

[1] http://www.emsfatmawati.com/mr.elfasecioria /dikutip pada hari Minggu, 23 Februari 2014/ Pukul 15.30 WIB.

Ada banyak media yang tersedia di Indonesia, bisa melalui TV, radio, internet, hingga dari mulut ke mulut. Proses tersebut tergantung dari managemen dari sang pemusik atau musisi. Salah satu media yang bisa di katakan memiliki pengguna yang cukup banyak adalah internet. Internet adalah salah satu teknologi informasi yang menghubungkan berbagai jaringan yang tidak saling bergantung pada satu sama lain sedemikian rupa, sehingga mereka dapat berkomunikasi. Dengan kata lain internet adalah jaringannya jaringan, dengan menciptakan kemungkinan komunikasi antar jaringan di seluruh dunia tanpa bergantung kepada jenis komputernya.

Secara harfiah, 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 protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*).

Rangkaian internet yang terbesar dinamakan Internet. Cara menghubungkan rangkaian dengan kaedah ini dinamakan *internetworking*. Penggunaaan internet telah mengubah penggunaan teknologi informasi. Di berbagai tempat di dunia, akses terhadap informasi menjadi lebih mudah dan murah dengan adanya media Internet ini. Pada mulanya akses kepada informasi dalam bentuk elektronik (electronic 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 simpul-simpul (yang

umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan yang disebut jejaring sosial (*social networking*).

Ada beberapa situs *social network* yang banyak dikunjungi oleh masyarakat di Indonesia seperti *Facebook, Twitter, SoundCloud*. Situs jejaring tersebut adalah jalur tepat untuk mempunyai banyak teman di dunia maya. Beragam fitur yang disediakan, member bisa melihat foto dan data-data informasi teman plus memberi komentar dan mengirimkan *massage*.

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

Diantara *Twitter* atau *Facebook* dan situs jejaring sosial lain, *SoundCloud* adalah salah satu media jejaring sosial yang berbeda. *SoundCloud* adalah situsweb jejaring sosial yang menawarkan jaringan antar teman, foto, musik, dan untuk remaja dan dewasa di seluruh dunia. *SoundCloud* adalah tempat untuk merekam suara berupa lagu-lagu yang bisa dijadikan alat untuk mempromosikan band baru. Markas situs ini terletak di Berlin Tahun 2008.

Melalui situs jejaring sosial ini musisi melakukan promosi. Hal ini di karenakan, saat ini situs jejaring sosial sangatlah digemari oleh berbagai kalangan. Di Indonesia kebanyakan SoundCloud digunakan di kalangan musisi

Indonesia, khususnya kalangan indie. Kelebihan SoundCloud terletak pada bidang musik. Ketika fasilitas musik terbaru (yaitu *audio streaming* gratis) diluncurkan pada 25 September 2008, hanya dalam beberapa hari saja, ada miliaran lagu yang didengarkan oleh para penggunanya. Kelebihan ini membuat banyak orang memperkirakan bahwa SoundCloud bisa mempengaruhi industri musik di internet. Hal ini menjadi peluang bagi kalangan musisi-musisi untuk mempromosikan karya mereka melalui fitur yang disediakan oleh SoundCloud.[2]

Dari sekian banyak fitur yang tersedia di internet, salah satu kegiatan yang dapat dilakukan menggunakan 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 pada 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 publik tentang hasil karya musisi berupa musik yang di publikasikan melalui maedia situs jejaring sosial. Seperti yang peneliti kutip dari www.detik.com dari berita "*SoundCloud Platform* audio terbesar" Senin, 24 Februari 2014 - 11:52 wib, "…*SoundCloud* merupakan Platform audio terbesar, dan kini layanan *SoundCloud* telah mencapai 250 juta perbulannya..", hal itu

[2] http://tambatanhatiku.blogspot.com/2011/01/soundcloud-ekspansi-hingga-san.html / di kutip pada hari Senin, 24 februari 2014 / Pukul 11:40 WIB.

diungkapkan CEO *SoundCloud* Alex Ljung. Kemudian Alex Ljung juga mengatakan "…*SoundCloud* adalah situs jejaring sosial yang memudahkan user mengunduh musik. Ada 180 juta playlist di *SoundCloud* Music, sebagai *advertising supported music business* terbesar di dunia maya dan *SoundCloud* jugalah yang memuluskan karier artis pendatang baru…"[3]

SoundCloud awalnya dimulai di Stockholm, Swedia , tetapi didirikan di Berlin, Jerman pada Agustus, 2007 oleh desainer suara Alex Ljung dan artis Eric Wahlforss. Ia memiliki tujuan yang memungkinkan musisi berbagi rekaman yang mereka buat satu sama lain, tetapi kemudian berubah menjadi alat penerbitan yang juga memungkinkan musisi untuk mendistribusikan trek musik mereka. Fitur utama dari *SoundCloud* adalah memungkinkan seniman/ produser musik meng-*upload* musik mereka dengan khas URL. Dengan membiarkan file suara yang akan tertanam di mana saja, *SoundCloud* dapat dikombinasikan dengan *Twitter* dan *Facebook* untuk membiarkan anggota menjangkau audiens mereka lebih baik. Jika kita melihat kebelakang, sulit sekali bagi musisi/Pemusik untuk memperdengarkan trek musk mereka kepada masyarakat, selain harganya yang mahal untuk mempromosikan musik mereka juga sulit untuk mendapatkannya.

Di Bandung beberapa musisi indie juga melakukan hal yang sama, berkarya dan mempublikasikannya melalui media-media yang mampu

[3] http://inet.detik.com/read/2013/10/31/103458/2400209/398/duet-maut-soundcloud-instagram / di kutip pada hari Senin, 24 Februari 2014 / Pukul 13:30 WIB.

meningkatkan nilai jual dan popularitas.[4] Jadi *SoundCloud* sebagai jembatan bagi orang-orang memiliki kreatifitas tertentu, yang dalam hal ini musik .

Kelebihan menggunakan *SoundCloud* ini kita dapat berinteraksi langsung dengan pengunjung halam *SoundCloud* lainnya. Bisa melalui fitur *chat*, *wall*, *massage in inbox*. Jika suatu trek yang di *upload* itu bagus dan bisa dinikmati khalayak banyak serta mendapatkan banyak jumlah *like* yang di miliki, maka semakin besar peluang untuk melakukan promosi. Selain itu Saat ini sedang marak praktek meng-*cover* lagu orang lain, *SoundCloud* merupakan tempat yang tepat untuk *sharing* lagu cover kita. Tidak diharuskan memiliki kualitas rekaman yang baik, misalnya hanya bermodalkan "perekam *gadget*" yang kita miliki kita sudah dapat memamerkan kemampuan bermusik kita pada dunia. Fitur yang di sediakan juga menarik, selain berkirim pesan ataupun bertukar informasi, dengan *SoundCloud*, pengguna berkesempatan untuk berkomunikasi dan berbagi konten dengan orang-orang baik di dalam maupun diluar jaringan *SoundCloud* karena aplikasi ini terhubung dengan media sosial *twitter dan facebook*. Selain itu aplikasi *SoundCloud* bisa melakukan *download* dan *upload* lagu-lagu dengan gratis, bisa melalui smartphone juga PC yang terhubung internet.

Dilihat dari penjelasan mengenai *SoundCloud*, apakah jejaring sosial tersebut bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi musisi di Kota Bandung. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, daya tarik memiliki pengertian kekuatan atau tenaga untuk menarik perhatian orang.

[4] http://www.indie-blogger.de/ dikutip pada hari Senin, 24 Februari 2014 / Pukul 13.00 WIB

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).

Definsi 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 Nur Akhsan dengan NIM.41805058 mengatakan daya tarik adalah sikap membuat orang senang akan objek situasi atau ide tertentu. Hal ini diikuti perasaan senada dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenanginya itu .

Dari kedua definisi di atas penelti 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 dayatarik promosi musik melalui *SoundCloud* adalah masalah yang menarik untuk diteliti, karena sekarang ini dunia internet sedang digemarai, terlebih lagi *SoundCloud* merupakan *platfrom* yang menyediakan kemudahan kepada Pemusik untuk meng-*upload* musik/karya mereka kedalam *SounCloud,* dengan mudah dan murah karya mereka bisa diperdengarkan hingga luar negeri. maka peneliti memiliki keyakinan dan harapan akan penelitian ini untuk dikaji dan menelaah secara mendalam mengenai "Daya Tarik Pemusik di Kota Bandung Dalam Menggunakan SoundCloud Sebagai Media 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 dikaji

1.2.1 Rumusan Makro

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti menyusun rumusan masalah makro sebagai berikut **"Bagaimana Daya Tarik Pemusik di Kota Bandung Dalam Menggunakan SoundCloud Sebagai Media Promosi Musik "**

1.2.2 Rumusan Mikro

Pada penelitian 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** Pemusik di Kota Bandung Dalam Menggunakan SoundCloud Sebagai Media Promosi Musik ?
2. Bagaimana **Penampilan** Pemusik di Kota Bandung Dalam Menggunakan SoundCloud Sebagai Media Promosi Musik?

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki maksud dan tujuan sebagai berikut:

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini yaitu untuk mengkaji dan menjelaskan mengenai Daya Tarik Pemusik di Kota Bandung Dalam Menggunakan SoundCloud 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** Pemusik di Kota Bandung Dalam Menggunakan SoundCloud Sebagai Media Promosi Musik.
2. Untuk mengetahui **Penampilan** Pemusik di Kota Bandung Dalam Menggunakan SoundCloud Sebagai Media Promosi Musik.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan sumbangsih yang dapat dijadikan sebagai praktik 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 terpaan 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 literatur untuk melakukan penelitian dalam kajian yang sama serta memberi

kontribusi ilmu untuk pengembangan disiplin ilmu yang bersangkutan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi Program Studi Ilmu Komunikasi khususnya tentang teknologi komunikasi yaitu salah satunya *SoundCloud.*

3. Kegunaan Bagi Masyarakat

Penelitian ini berguna sebagai pengetahuan baru bagi masyarakat luas berkenaan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi baru yaitu *SounCloud* yang bisa dijadikan alat untuk promosi.