BAB II

MULTIMEDIA INTERAKTIF, APLIKASI *SMARTPHONE* ANDROID DAN BAND COFFEE REGGAE STONE

II.1. Pengertian Multimedia

Secara etimologis multimedia berasal dari kata multi (Bahasa Latin, *nouns*) yang berarti banyak, bermacam-macam dan medium (Bahasa Latin) yang berarti sesuatu yang dipakai untuk menyampaikan atau membawa sesuatu. Arsyad (2002), mengatakan bahwa media (bentuk jamak dari kata medium), merupakan kata yang berasal dari bahasa latin *medius*, yang secara harfiah berarti 'tengah', 'perantara' atau 'pengantar'. *Association of Education and Communication Technology (*AECT*)* menyatakan, media adalah segala bentuk yang dipergunakan untuk proses penyaluran informasi. Rachmat dan Alphone, 2005/2006 (seperti dikutip Wibawa, 2012) Kata medium dalam *American Heritage Electronic Dictionary* (1991) juga diartikan sebagai alat untuk mendistribusikan dan mempresentasikan informasi.

Melihat pernyataan dari para ahli, media dapat dicontohkan seperti film, televisi, diagram, bahan tercetak, komputer, instruktur dan lain - lain. Sehingga multimedia dapat diartikan sebagai media yang menggabungkan dua unsur atau lebih yang terdiri dari teks, gambar, grafis, foto, *audio*, *video* dan animasi yang telah dikemas menjadi file digital (komputerisasi), digunakan untuk menyampaikan pesan kepada publik. Seperti yang didefinisikan Turban dkk (seperti dikutip wibawa, 2012), "Multimedia adalah Kombinasi dari paling sedikit dua media input atau output. Media ini dapat berupa *audio* (suara, musik), animasi, *video*, teks, grafik dan gambar".

Green & Brown (seperti dikutip wibawa, 2012) menjelaskan, terdapat beberapa metode yang digunakan dalam menyajikan multimedia, yaitu:

1. Berbasis kertas (*Paper-based*), contoh: buku, majalah, brosur.
2. Berbasis cahaya (*Light-based*), contoh: *slide shows*, transparasi.

3. Berbasis suara (*Audio-based*), contoh: CD Players, *tape recorder*, radio.
4. Berbasis gambar bergerak (*Moving-image-based*), contoh: televisi, VCR (*Video cassette recorder*), film.
5. Berbasiskan digital (*Digitally-based*), contoh: komputer.

II.1.1. Manfaat dan Peran Multimedia

Manfaat multimedia sangatlah banyak diantaranya untuk menyampaikan pesan, meningkatkan daya tarik khalayak, media pembelajaran, game, film, medis, militer, bisnis, desain, arsitektur, olahraga, hobi, iklan/promosi dan lain-lain. Wahono, 2007 (seperti dikutip Wibawa, 2012) Bila pengguna mendapatkan keleluasaan dalam mengontrol multimedia tersebut, maka hal ini disebut multimedia interaktif.

II.1.2. Kelebihan Multimedia Dalam Berkomunikasi

Kelebihan dari komunikasi menggunakan multimedia adalah untuk menyampaikan pesan sekaligus, digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi dengan menggabungkan beberapa atau banyak media, secara langsung atau timbal balik, dimana pengguna secara aktif, akan memperoleh kebebasan, dalam mengakses pesan yang diperlukan.

Menurut Suyanto (seperti dikutip Periangan, 2011) kelebihan komunikasi via multimedia adalah:

1. Interaktif, yaitu pengguna secara aktif berinteraksi dengan alat, sehingga terjadi timbal balik antara pengguna dan piranti / perangkat yang dipakai.

2. Bebas dan repetitive, yaitu pengguna multimedia memperoleh kebebasan dalam mengakses informasi, dan dapat melompat – lompat.

3. Pengekalan ingatan, yaitu multimedia melibatkan banyak media baik input (piranti), maupun *output* hasil dari gambar, teks, suara. Animasi, suara, maka hal ini dapat memperbesar ingatan khalayak pengguna komputer terhadap apa yang disampaikan. Karena menurut lembaga riset dan penerbitan komputer, *Computer Technology Research* (CTR) menyatakan

bahwa orang hanya mampu mengingat 20% dari yang dilihat, dan 30% dari yang didengar. Tetapi orang mengingat 50% dari yang dilihat dan didengar dan 80% dari yang dilihat, didengar dan dilakukan sekaligus.

II.1.3. Jenis – Jenis Multimedia

Menurut Wahono (seperti dikutip Warsita, 2008) multimedia dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Multimedia Linier

Multimedia linier adalah suatu multimedia yang tidak dilengkapi dengan alat pengontrol apapun yang dapat dioperasikan oleh pengguna, contohnya adalah televise dan film, sehingga penggunanya hanya menjadi penonton dan menikmati multimedia yang disajikan dari awal hingga akhir.



Gambar II.1 Multimedia linier (Televisi dan Film)
Sumber : http://salestores.com/stores/images/images_747/21FG5.jpg (25 maret 2014)

2. Multimedia Interaktif

Multimedia interaktif adalah suatu multimedia yang dilengkapi dengan alat pengontrol yang dapat dioperasikan oleh pengguna, sehingga pengguna dapat memilih apa yang dikehendaki untuk proses selanjutnya. Melalui proses itu ada timbal balik antara pengguna dengan multimedia. Contoh multimedia interaktif diantaranya adalah multimedia pembelajaran interaktif, aplikasi game, dan lain-lain (Kusnandar dkk, 2007). Sedangkan menurut Hofstetter

(seperti dikutip Periangan, 2011) Multimedia interaktif adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, *audio*, gambar bergerak (*video* dan animasi) dengan menggabungkan *link* dan *tools* yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berintraksi, berkreasi dan berkomunikasi.

Menurut Thorn (seperti dikutip Rimadhona, 2010) ada enam kriteria untuk menilai multimedia interaktif, antara lain :

1. Kemudahan navigasi;
2. Kandungan kognisi;
3. Presentasi informasi;
4. Integrasi media;
5. Artistik dan estetika;
6. Fungsi secara keseluruhan.



Gambar II.2 Contoh Multimedia interaktif (*game platform* "Becak Gowest Ekstrim")

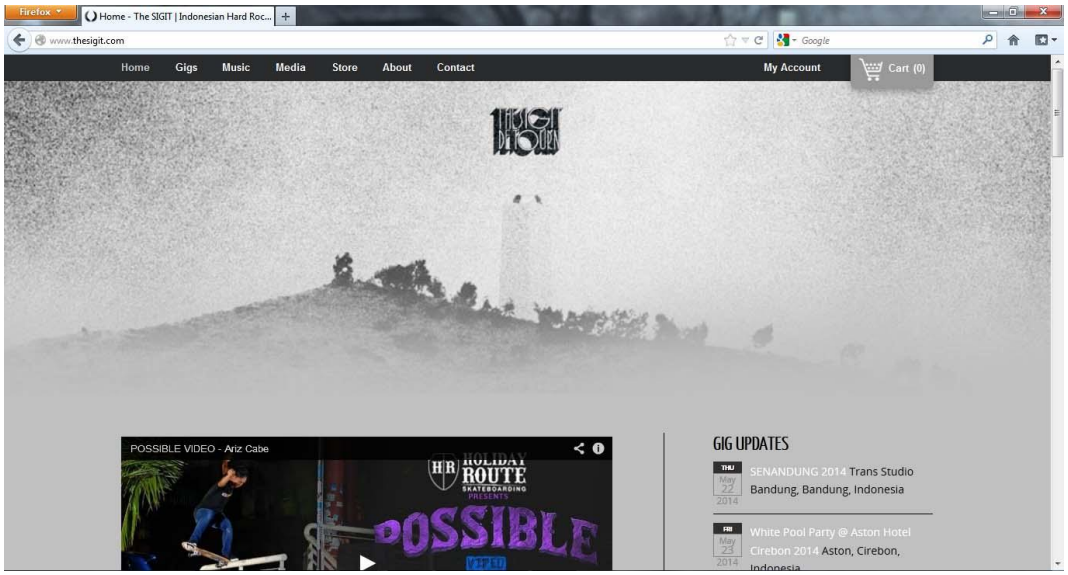
Sumber : Dokumentasi pribadi (25 maret 2014)

II.1.4. Jenis – Jenis Multimedia Interaktif

Menurut Suyanto (seperti dikutip Periangan, 2011) jenis multimedia interaktif terbagi menjadi dua bagian, yaitu :

a. Multimedia Interaktif *Online*

Multimedia interaktif *online* adalah media interaktif yang cara penyampaiannya melalui jalur/kawat/saluran/jaringan. Contohnya situs Web, *yahoo messengers*, dan lain sebagainya. Jenis media ini termasuk media lini atas, yang komunitas sasarannya luas, dan mencakup masyarakat luas.



Gambar II.3 Contoh Multimedia interaktif *online* (website band the sigit)

Sumber : www.thesigit.com (15 april 2014)

b. Multimedia Interaktif *Offline*

Multimedia interaktif *offline* adalah media interaktif yang cara penyampainnya tidak melalui jalur/kawat/saluran/jaringan. Contohnya CD interaktif. Media ini termasuk media lini bawah karena sasarannya, tidak terlalu luas dan hanya mencakup masyarakat pada daerah tertentu saja. Namun, dengan cara mengunggah *file* multimedia interaktif *offline* tersebut melalui internet dapat menjadi sangat luas jangkauan sasarannya, misalnya aplikasi *smartphone* android.



Gambar II.4 Contoh Multimedia interaktif *offline* (Katalog Digital Pameran "Posisi Dasar")

Sumber : Dokumentasi pribadi (15 april 2014)

II.2. Aplikasi *Smartphone* Android

II.2.1. Aplikasi

Pengertian Aplikasi Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1998 (seperti dikutip Yosua, 2013) adalah penerapan dari rancang sistem untuk mengolah data yang menggunakan aturan atau ketentuan bahasa pemrograman tertentu. Aplikasi adalah suatu program komputer yang dibuat untuk mengerjakan dan melaksanakan tugas khusus dari pengguna. Sedangkan menurut Jogiyanto, 1999 (seperti dikutip Yosua, 2013) adalah penggunaan dalam suatu komputer, instruksi (*instructiom*) atau pernyataan (*statement*) yang disusun sedemikian rupa sehingga komputer dapat memproses *input* menjadi *output.*

II.2.2. *Smartphone*

Smartphone apabila diartikan dalam Bahasa Indonesia berarti telepon pintar. Sedangkan pengertian *smartphone* itu sendiri menurut Gary B, Thomas J, & Misty E, 2007 (seperti dikutip Noviana, 2011) adalah telepon yang

Internet-enabled yang biasanya menyediakan fungsi *Personal Digital Assistant* (PDA) seperti fungsi kalender, buku agenda, buku alamat, kalkulator dan catatan.



Gambar II.5 Jenis - jenis *Smartphone* (Ponsel Pintar)
Sumber : http://liputanislam.com/wpcontent/uploads/2014/04/
smartphones1.jpg (15 April 2014)

Dalam hal fitur, berbagai macam *smartphone* yang telah beredar di Indonesia mempunyai fitur seperti miniatur papan ketik *QWERTY*, layar sentuh, kamera, sistem navigasi, pemutar musik, penjelajah internet, penjelajah foto, melihat klip *video*, kemampuan membaca dokumen dan lain-lain. Pada umumnya *smartphone* menggunakan berbagai macam sistem operasi yang berbeda. Sistem operasi yang dapat ditemukan di *smartphone* yang saat ini telah beredar di Indonesia diantaranya adalah Symbian Os, iPhone OS, RIM Blackberry, Windows Mobile, dan Android.

II.2.3. Android

Android adalah sistem operasi berbasis Linux yang dirancang untuk perangkat seluler layar sentuh seperti telepon pintar dan komputer tablet. Awalnya dikembangkan oleh Android Inc. kemudian di akuisisi oleh Google pada pertengahan tahun 2005 dan mengubah nama penyedia aplikasi Android dari Android market menjadi *Google Play Store*. Android diresmikan pada

tahun 2007 dan ponsel Android pertama kali dijual pada Oktober 2008. Sejak awal kemunculannya pada tahun 2008 sampai kini, android telah meluncurkan beberapa versi. Dari Android versi 1.1 pada tahun 2009 sampai yang terbaru adalah Android versi 4.2 Jelly Bean pada tahun 2013. (www.android.com, 2014)

Dengan sistem distribusi *open sources* yang digunakan memungkinkan para pengembang untuk menciptakan beragam apikasi menarik yang dapat dinikmati oleh para penggunanya, seperti game, aplikasi dan lain-lain yang membebaskan pengguna.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa aplikasi *smartphone* android merupakan suatu *output* program komputer yang digunakan untuk perangkat layar sentuh seperti ponsel pintar dan komputer *tablet* dengan sistem operasi android. Melihat dari yang sudah ada, aplikasi *smartphone* android dapat difungsikan sebagai hiburan, komunikasi, media informasi hingga promosi, seperti game, pemutar musik dan video, media sosial, *company profile* dan lain – lain.

II.3. Promosi

Promosi pada hakekatnya adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan / mengkomunikasikan suatu produk / jasa kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, sehingga akan mengubah sikap ataupun untuk mendorong orang/konsumen bertindak (dalam hal ini membeli).

Menurut Basu Swastha (seperti dikutip Damanik, 2013), “Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran”. Namun menurut Winardi (seperti dikutip Damanik, 2013), “Promosi adalah aktivitas - aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberi informasi, membujuk, atau mengingatkan pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan olehnya”.

II.3.1. Tujuan Promosi

Ada 3 (tiga) tujuan dari promosi yang dilakukan perusahaan menurut Marwan Asri (seperti dikutip Damanik, 2013) :

1. *Informing*, yaitu memberitahukan informasi selengkap-lengkapnya kepada calon pembeli tentang barang yang ditawarkan, siapa penjualnya, siapa pembuatnya, dimana memperolehnya, harganya dan sebagainya. Informasi yang digunakan dapat diberikan melalui tulisan, Gambar, kata-kata dan sebagainya, yang disesuaikan dengan keadaan.

2. *Persuading*, yaitu membujuk calon konsumen agar mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Perlu ditekankan di sini bahwasannya membujuk bukan berarti memaksa calon konsumen sehingga keputusan yang diambil mungkin justru keputusan yang negatif.

3. *Reminding*, yaitu mengingatkan konsumen tentang adanya barang tertentu, yang dibuat dan dijual perusahaan tertentu, ditempat tertentu dengan harga yang tertentu pula. Konsumen kadang-kadang memang perlu diingatkan, karena mereka tidak ingin bersusah payah untuk selalu mencari barang apa yang dibutuhkan dan dimana mendapatkannya.

II.3.2. Bauran Promosi



Gambar II.6 Bauran promosi

Sumber : http://4.bp.blogspot.com/-G9DahGEDhuc/TkjV4IccMKI/AAAAAAAAACw/v3oW8To0Ej0/s1600/Marketing+Mix.jpg (15 April 2014)

Menurut Basu Swastha (seperti dikutip Ardhy, 2011) *promotional mix* adalah "Kombinasi Strategi yang paling baik dari variabel-variabel Periklanan, Personal Selling dan alat Promosi lainnya, yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan". Kotler (seperti dikutip Ardhy, 2011) mengatakan bahwa unsur bauran promosi (promotion mix) terdiri atas lima perangkat utama, yaitu:

1. *Advertising* : merupakan setiap bentuk presentasi dan promosi non personal yang memerlukan biaya tentang gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor yang jelas. Bisa melalui iklan media massa yang ada, atau iklan luar ruangan seperti pemasangan billboard, spanduk dan poster.

2. *Sales promotion* : berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Meliputi pajangan-pajangan di sejumlah titik/lokasi penting pemasaran, bingkisan, *discount*, kupon belanja.

3. *Public Relation and Publicity* : berbagai program untuk mempromosikan dan/atau melindungi citra perusahaan atau produk individualnya. Aplikasi dari komponen ini adalah ikut serta atau mengadakan acara - acara tertentu yang sifatnya tidak murni *profit orientes* dengan instansi lain, misalkan dengan menggelar acara malam bakti sosial atau penggalangan dana.

4. *Personal Selling* : Interaksi langsung dengan calon pembeli atau lebih untuk melakukan suatu presentasi, menjawab langsung dan menerima pesanan. Contohnya adalah *sales presentations*, pertemuan / seminar penjualan. Intinya adalah dapat bertatap muka secara langsung atau melalui telepon.

5. *Direct Marketing* : penggunaan surat, telepon, faksimil, *e-mail* dan alat penghubung nonpersonal lain untuk berkomunikasi secara dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan.

Dalam dunia periklanan, terdapat pembagian dua jenis aktivitas utama iklan yang dikenal dengan istilah *Above The Line* (ATL) dan *Below The Line* (BTL). ATL adalah kegiatan iklan dengan menggunakan media massa seperti televisi, radio, koran, majalah, dan *billboard* untuk menjangkau target audiens secara luas. Sedangkan BTL adalah kegiatan iklan dengan menggunakan media yang lebih spesifik di dalam menjangkau kelompok konsumen tertentu seperti melalui pembagian brosur, sampling produk, penyelenggaraan *event – event* tertentu dan sebagainya. (Amalia E. Maulana, 2008)

II.4. Pengertian Musik Reggae

Istilah *reggae* lebih tepatnya merujuk pada gaya musik khusus yang muncul mengikuti perkembangan *ska* dan *rocksteady*. Pada umumnya *reggae* memiliki tempo lebih lambat daripada ska maupun rocksteady. *Reggae* telah menjadi subkultur baru Jamaika.



Gambar II.7 Bendera Jamaika

Sumber : http://d39d7e0lycucbl.cloudfront.net/images/Skins/DESIGN/500/DESIGN-FLAG-JAMAICA.jpg (15 April 2014)

Di Jamaika, *reggae* dianggap penting. Rambut gimbal yang menjadi ciri musik *reggae* bisa jadi karena musik ini lahir di jalanan Getho, Kingston ibukota Jamaika. Jalan Getho memang dikenal sebagai kaum Rastafari, kaum dengan ajaran kebebasan, perdamaian dan keindahan alam. Rastafari berasal dari kata Ras Tafari, merupakan nama lahir dari Haile Selassie atau Ras Tafari (Makkonen). Dia merupakan Raja Ethiopia yang dianggap sebagai titisan dari Lion of Judah atau Yesus. Rastafari banyak mempengaruhi musik *reggae*, diantaranya dari lirik, penampilan dengan rambut gimbal (*dreadlock*), ganja dan warna merah, kuning

dan hijau yang menjadi ciri tersendiri dari musik *reggae* yaitu merah, kuning dan hijau. Lirik dalam musik *reggae* sarat akan pesan dan kritik sosial. Semisal, lirik dalam lagu *"No Woman No Cry"* yang diciptakan dan dinyanyikan oleh Bob Marley. Lagu ini mengkritik kekerasan terhadap perempuan.

Band *reggae* dan para artis-artisnya sering membuat kontrak dengan perusahaan rekaman independen. Mereka biasanya mempromosikan musik ke dalam komunitas – komunitas penggemar musik *reggae*, dari mulut ke mulut, situs internet, *fanzine*.

II.4.1. Sejarah Musik Reggae

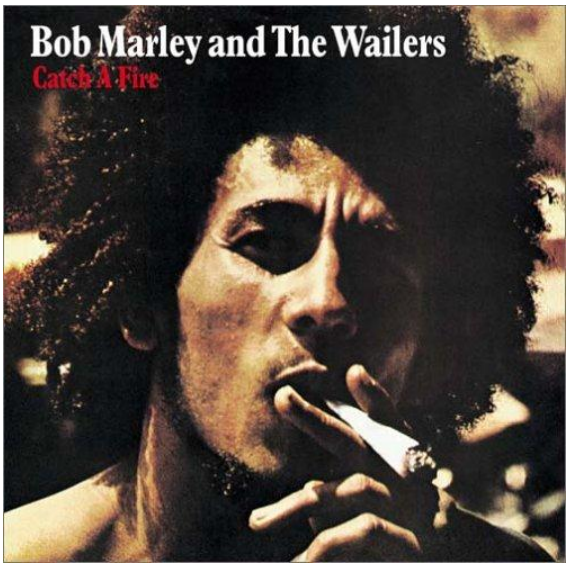
Tahun 1968 banyak disebut sebagai tahun kelahiran musik *reggae*. Tidak ada kejadian khusus yang menjadi penanda awal munculnya genre *reggae*, kecuali peralihan selera musik masyarakat Jamaika dari Ska dan Rocsteady, yang sempat populer di kalangan muda pada paruh awal hingga akhir tahun 1960-an, pada irama musik baru yang bertempo lebih lambat dan dikenal hingga sekarang yaitu *reggae*. Ada kemungkinan hingar bingar dan tempo cepat Ska dan Rocksteady kurang cocok dengan kondisi sosial dan ekonomi di Jamaika yang sedang penuh tekanan.

Kata "*reggae*" berasal dari pengucapan dalam logat Afrika dari kata "*ragged*" (gerak kagok seperti hentak badan pada orang yang menari dengan iringan musik ska atau *reggae*). Irama musik *reggae* sendiri dipengaruhi elemen musik RnB yang lahir di New Orleans, Soul, Rock, ritmik Afro-Caribean (*Calypso, Merengue, Rhumba*) dan musik rakyat Jamaika yang disebut Mento, yang kaya dengan irama Afrika. Irama musik yang banyak dianggap menjadi pendahulu *reggae* adalah Ska dan Rocksteady, musikal RnB yang berkembang di Jamaika yang sarat dengan pengaruh musik Afro-Amerika.

Reggae sendiri adalah kombinasi dari iringan tradisional musik Afrika-Amerika dan blues serta *folk* (lagu rakyat) Jamaika. Gaya sintesis ini jelas menunjukkan keaslian Jamaika dan memasukkan ketukan putus – putus tersendiri, strumming gitar ke arah atas, pola vokal yang 'berkotbah' dan lirik

yang masih seputar tradisi religius Rastafari. Teknik para musisi Ska dan Rocksteady dalam memainkan alat musik, banyak ditirukan oleh musisi *reggae*. Namun tempo musiknya jauh lebih lambat dengan dentum bas dan rhythm gitar lebih menonjol serta Karakter vokal biasanya berat dengan pola lagu seperti pepujian (*chant*), mendukung penyampaian pesan melalui lirik lagu yang terkait dengan tradisi religi Rastafari dan permasalahan sosial politik humanistik dan universal. Tema yang sering diangkat sekitar Rastafari, protes politik rudie (pahlawan *hooligan*) dan sosial.

II.4.2. Perkembangan Musik Reggae



Gambar II.8 Album "*Catch A Fire*" Bob Marley

Sumber : http://userserve-ak.last.fm/serve/_/90881067/Catch+A+Fire+Deluxe+Edition+disc+1+folder.png (15 April 2014)

Bob Marley merupakan salah satu pemusik yang berhasil membawa *reggae* keluar dari jamaika. Album "*Catch A Fire*" yang dirilis Bob Marley berhasil memperkenalkan musik reggae ke seluruh dunia. Oleh karena itu *reggae* dikenal dengan sosok Bob Marley yang identik dengan ganja dan gaya rambut *dreadlock*, walaupun tidak ada yang mengharuskan. Genre *reggae* pun berkembang seiring waktu dan penyebaran genre *reggae* yang luas memunculkan banyak sub genre dari *reggae* diantaranya, *Early Reggae*, *Roots Reggae, Dub, Rockers, Lovers Rock, Hip-Hip* dan *Rap, Dancehall, Raggamuffin, Reggaeton, Reggae Fusion.*

II.4.3. Perkembangan Musik Reggae di Indonesia

Sekitar tahun 1986 musik Reggae mulai diperkenalkan di Indonesia, seperti Barbet Community, Black Brothers Papua, Black Company merupakan sebuah band dengan genre *reggae*. Perkembangan musik *reggae* di Indonesia bisa dikatakan sangat pesat. Hampir tiga hingga empat *event* dapat terselenggara dalam setiap minggunya dan puluhan ribu remaja di Indonesia ikut berpartisipasi dalam setiap *eventnya*. Bisa dikatakan musik *reggae* merupakan musik yang sedang digandrungi oleh remaja Indonesia diera ini dan dapat bersaing dengan genre musik lainnya.

Musik reggae Indonesia telah bangkit. Hal ini ditandai munculnya musisi *reggae* yang ikut meramaikan industri musik Indonesia dari jaman ke jaman. Banyaknya media-media yang mengangkat tema tentang perkembangan musik *reggae* di Indonesia belakangan ini juga merupakan sebuah indikasi "*the uprising of Indonesia reggae music*" telah dimulai. Seperti Tony Q Rastafara, Steven and Coconut Trees, Souljah, Ras Muhammad, Pasukan Lima Jari, UpRising, Gangstarasta, Joni Agung and Double T sebagai "*reggae musicians*" yang turut meramaikan musik *reggae* tanah air.

Pergerakan musik *reggae* di kota Bandung sendiri mulai terlihat, yang tadinya musik beraliran "keras" seperti genre *Hardcore* dan *Metal* yang menjadi ciri khas musik bagi kaum remaja di kota Bandung, kini musik *reggae* mulai masuk dan digandrungi oleh para remaja di kota Bandung. Admin (2013) menjelaskan "Animo masyarakat dalam mengapresiasi musik ska dan reggae di kota Bandung sangat besar. Dan Bandung sebagai salah satu pusat perkembangan musik Ska dan Reggae di Indonesia".

Bandung yang terkenal dengan daya kreatifitas yang tinggi, banyak memunculkan band yang memiliki musikalitas yang unik, kemampuan bermusik yang maksimal dan bakat menulis lirik yang baik. Banyak band yang telah berhasil memadukan berbagai macam genre menjadi satu kesatuan musik yang unik dan dapat dinikmati oleh masyarakat.

II.5. Band Coffee Reggae Stone

Band Coffee Reggae Stone lahir pada 29 Mei 2000 di Cicalengka, Bandung, Jawa Barat. Nama Coffee Reggae Stone diambil dari beberapa kata yaitu Coffee berasal dari bahasa Inggris yang diartikan dalam bahasa Indonesia yang berarti Kopi, Reggae yang merupakan genre musik yang mereka bawakan dan Stone yang mereka artikan sebagai rokok. Dari kesamaan, kesukaan dan kebiasaan yang akhirnya mengawali terciptanya nama Coffee Reggae Stone.



Gambar II.9 Personil Band Coffee Reggae Stone
Sumber : http://www.pikiran-rakyat.com/node/208380 (30 November 2013)

Diperkrasai oleh Dempak Muhammad Hasta dan iday dan diproklamasikan dengan formasi awal sebagai berikut : Dempak "Muhamad" Hasta (vocal), David (gitar), Iday (bass), Putih (gitar) dan adi (drum). Pada tahun 2005 Coffee Reggae Stone mereformasi personilnya, mereka yang pergi adalah Dempak "Muhamad" Hasta, Iday, dan Putih yang sekarang menjabat Road manager Coffee Reggae Stone. Sejak itu, formasi Coffee Reggae Stone menempatkan Ridho sebagai vokalis, David (gitar), Nahoo (gitar), Doris (bass), Ombeh (perkusi), Bedu (keyboard) dan Adi (drum). Formasi ini bertahan sampai sekarang dengan mengusung aliran musik *reggae* dengan meyatukan beberapa jenis aliran musik dalam lagu seperti Blues, Etnik, Folk, Balada dan Pop, membuat band Coffee Reggae Stone memiliki ciri khas tersendiri.

Coffee Reggae Stone yang beraliran *reggae* banyak dipengaruhi oleh Steven & Coconut Trees, Souljah pada zamannya, album Imanez, Indonesia Reggae Revolution 1 dan Bob Marley turut mengiringi perjalanan band ini. Namun untuk kesukaan jenis musik dari masing - masing personil itu beragam mulai dari Slank, Iwan Fals, The Beatles, Rolling Stones, Blur, Punk, Rock dan lain - lain. Dari berbagai referensi itu munculah musik Coffee Reggae Stone.

II.5.1. Eksistensi Band Coffee Reggae Stone



Gambar II.10 *Live Performance* Coffee Reggae Stone

Sumber : https://www.facebook.com/coffee.reggaestoneii/photos (30 November 2013)

Band Coffee Reggae Stone mengembangkan namanya melalui berbagai event dan komunitas *reggae* di kota Bandung dan telah bermain di kota – kota besar lainnya di Indonesia seperti Jakarta, Bogor hingga Makasar. Coffee Reggae Stone Pertama kali memunculkan lagu berjudul “Kasih” dan “Nikmati Saja”. Pada tahun 2008 Coffee Reggae Stone mencoba berkompetensi di ajang L.A Light Indiefest 2008 akan tetapi belum berhasil memenangkannya. Setelah itu Coffee Reggae stone berusaha bereksistensi lagi dengan membuat musik yang lebih menarik dan dapat diterima masyarakat.



Gambar II.11 Ajang kompetisi musik L.A. IndieFest 2009

Sumber : http://www.youtube.com/watch?v=Ec2lgo1lnmE (3 Desember 2013)

Pada tahun 2009 Coffee Reggae Stone merubah strategi dalam memilah lagu yang mereka ciptakan untuk diikutsertakan kembali di ajang kompetisi musik L.A. Lights Indie Fest 2009. Dengan kerja keras dan sikap pantang menyerah, Coffee Reggae Stone dapat bertahan hingga menjadi salah satu finalis di ajang itu untuk Regional Bandung.



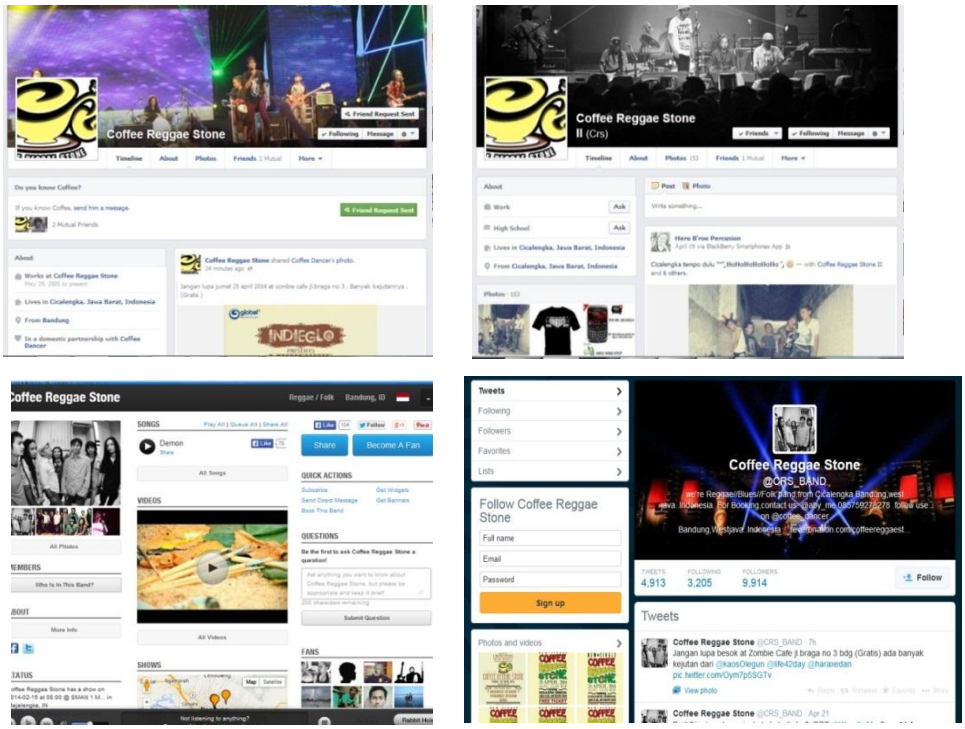
Gambar II.12 *Cover* Album Kompilasi L.A. Indiefest 2009

Sumber : http://hot.detik.com/music/read/2010/04/26/183009/1345858/217/ indiefest-compilation-vol-4-dari-blues-hingga-metal (2 Desember 2013)

Dengan *hits single* andalan mereka berjudul "Demon", secara profesional musik Coffee Reggae Stone masuk sebagai lagu bergenre *reggae* pertama dan satu – satunya untuk album kompilasi L.A. Indiefest 2009 yang mendapat respon positif dari masyarakat khususnya pecinta musik *reggae*.

Coffee Reggae Stone terus bereksistensi dan telah menciptakan banyak karya berupa lagu – lagu ataupun produk merchandise dan 1 buah video klip yang berjudul “Pasir Putih” yang dikemas secara menarik. Untuk menunjukkan

eksistensinya di dunia musik, awal tahun 2012 Coffee Reggae Stone merilis mini album (EP) "Kisah Usang" yang berisi diantaranya yaitu, Demon, Kuingin, Cahaya, Hening, Pasir Putih dan Sepi. Namun, mini album yang dirilis awal tahun 2012 itu tidak habis terjual. Pada tanggal 25 April 2014 Coffee Reggae Stone telah merilis 2 (dua) lagu terbarunya yang bejudul “Pesona” dan “Puri Retno”.



Gambar II.13 Media sosial *online* (Facebook, Reverbnation dan Twitter)

Sumber : Media sosial *online* Facebook, Reverbnation dan Twitter (22 November 2013)

Band Coffee Reggae Stone mengembangkan namanya diberbagai media *online* seperti *Facebook, Twitter, Reverbnation, Youtube* dengan pengikut hampir 10.000. Terlihat dari gambar diatas Coffee Reggae Stone telah memakai berbagai media social *online* untuk mempromosikan musiknya. Dapat terlihat pula, banyaknya masyarakat khususnya penikmat musik reggae yang mengikuti perkembangan band Coffee Reggae Stone.



Gambar II.14 Video klip "Pasir Putih" yang diunggah di *Youtube*

Sumber : http://www.youtube.com/watch?v=gu527BDEQXU (22 November 2013)

Video Klip yang diunggah di youtube telah menarik perhatian penikmat musik khususnya *reggae* dan pengguna youtube. Pengguna yang melihat video dengan judul "Coffee Reggae Stone - Pasir Putih [Official video]" itu mencapai 212,466.

Pada akhir 2012 Coffee Reggae Stone mengembangkan komunitas yang diberi nama Coffee Dancer sebagai sarana untuk para penggemar yang loyal agar dapat mengikuti perkembangan band Coffee Reggae Stone.



Gambar II.15 Media sosial *Twitter* dan *Facebook* Coffee Dancer

Sumber : https://twitter.com/coffee_dancer | https://www.facebook.com/coffee.dancer (22 November 2013)

Coffee Dancer dibentuk sebagai sarana komunikasi antar penikmat musik *reggae* khususnya penggemar band Coffee Reggae Stone. Selain itu, bertujuan

juga sebagai tempat *sharing* dan menampung masukan, saran ataupun kritikan terhadap band Coffee Reggae Stone. Dengan adanya komunitas ini diharapkan dapat membantu dalam perkembangan band Coffee Reggae Stone serta dapat memberi semangat untuk terus bereksistensi di dunia musik.

II.5.2. Produk & *Merchandise*

Produk berupa mini album dan *merchandise* berupa kaos dan mug yang telah dibuat oleh band Coffee Reggae Stone sebagai apresiasi kepada para penggemar yang loyal mengikuti perkembangan band ini.



Gambar II.16 *T-Shirt Official* Band Coffee Reggae Stone
Sumber : https://www.facebook.com/coffee.reggaestone/media_set?set=a.185227294890760.48078.100002104722854&type=3 (22 November 2014)

Kurangnya penjualan terhadap produk mini album, band Coffee Reggae Stone membuat berbagai promosi, salah satunya dengan cara "paket". Promosi paket dilakukan dengan cara menyatukan produk utama berupa mini album dengan *merchandise* berupa kaos, mug dan *tote bag.* Dengan ketentuan harga yang lebih murah dibandingkan pembelian produk atau *merchandise* secara terpisah akan menarik minat audiens terhadap promosi paket tersebut.



Gambar II.17 Kerjasama dengan cloting 420 dan promosi paket.

Sumber : https://twitter.com/MISTERKIMS/status/258065164019060736, https://twitter.com/CRS_BAND/status/389901240173596673/photo/1 (22 November 2014)

II.5.3. Konsep Musik Coffee Reggae Stone

Coffee Reggae Stone selalu mencoba untuk terlihat beda dari band *reggae* pada umumnya. Coffee Reggae Stone menyadari bahwa musik yang mereka sajikan sebagai musik yang bukan berasal dari Indonesia, oleh sebab itu Coffee Reggae Stone selalu bereksplorasi dengan musiknya agar bisa di aplikasikan di Indonesia dan menjadi *reggae* khas Coffee Reggae Stone yang tidak terlepas dari pengaruh penyaji musik *reggae* terdahulunya seperti Tony Q Rastafara, Souljah, Steven and Coconuttrezz dll.

Nilai yang ingin disampaikan oleh Coffee Reggae Stone selain pesan pada lagunya masing-masing antara lain penggunaan lirik berbahasa Indonesia yang baik dan ingin menggunakan lirik yang lebih pada musikalisasi puisi, dengan penggunaan kosakata yang jarang dipakai. Sementara warna musik ditawarkan masih cenderung *reggae new age*. Semua lagu lebih dominan reggae powerfull dengan tempo cepat dan tanpa roots skanking.

Perbedaan Coffee Reggae Stone dengan band *reggae* lainnya dapat terdengar dari lagu - lagu yang mereka ciptakan. Coffee Reggae Stone berhasil memasukan dan memadukan intrumen musik tradisional kedalam salah satu lagunya yang berjudul “Pasir Putih”. Penggunaan alat – alat musik yang menarik dan berbeda menambah warna musik didalam lagu - lagu Coffee Reggae Stone. Permainan musik yang berbeda dengan musik *reggae* lainnya

membuat band ini memiliki musiknya sendiri. Banyaknya penikmat musik *reggae* khususnya di kota Bandung tidak menjamin untuk suatu band *reggae* dapat bertahan dilihat dari ciri kota Bandung itu sendiri dalam bermusik yang telah di dominasi oleh genre *underground.*

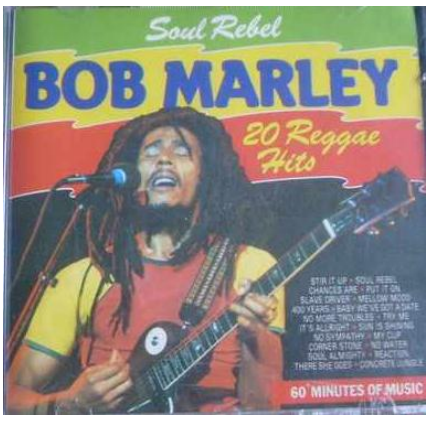
II.6. Karakter Visual Musik Reggae



Gambar II.18 Karakter visual musik reggae

Sumber : http://www.slapweh.com/p/photos.html?id=180&task=getPhoto (22 November 2013)

Bob Marley sebagai salah satu musisi musik reggae yang telah menyebarkan musik ini ke seluruh dunia. Bob Marley mempunyai peran penting dalam perkembangan musik *reggae*, baik dalam hal musik ataupun karakter visual dari musik *reggae.*



Gambar II.19 Album "*Soul Rebel*" Bob Marley

Sumber : http://perlbal.hi-pi.com/blog-images/481807/gd/1261262712/BOB-MARLEY-SOUL-REBEL-20-REGGAE-HITS.jpg (22 November 2013)

Bob Marley dianggap nabi bagi kaum Rastafari telah berhasil memperkenalkan sekaligus menyebarkan ajaran Rastafari melalui musik *Reggae.* Hingga saat ini *reggae* selalu diidentikan dengan gaya hidup yang bebas, perdamaian, rambut gimbal (*dreadlock*), ganja dan warna merah, kuning, hijau yang semua itu termasuk dalam ajaran Rastafari. Sedangkan untuk tipografi, tidak ada tipografi khusus yang mencirikan musik reggae kecuali penggunaan tipografi yang dirubah secara bebas baik bentuknya ataupun penempatannya.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan karakter visual dari musik *reggae*, sebagai berikut :

1. Bergaya *Vintage;*
2. Merah, kuning, hijau sebagai warna yang mendominasi;
3. Tipografi bebas, bentuknya ataupun tata letaknya;
4. Kebebasan untuk penempatan tata letak tiap elemen grafis dalam sebuah desain tentang musik *reggae.*

II.7. Khalayak Sasaran

Masyarakat terutama remaja yang ingin mengetahui perkembangan musik *reggae* dari band Coffee Reggae Stone. Dengan meliputi khalayak sasaran seperti:

A. Geografis

Masyarakat remaja di kota Bandung khususnya dan Indonesia pada umumnya.

B. Demografis

Segmentasi ini dilakukan dengan cara membagi pasar atau target audience berdasarkan variabel demografis seperti usia, jenis kelamin, pendapatan dan pekerjaan.

Berikut variabel demografi untuk target audience:

Primary : Remaja berjenis kelamin pria dan wanita dengan rentang umur 15-21 tahun yang status pekerjaan yaitu pelajar dan mahasiswa. Kategori usia ini merupakan kategori umur yang paling banyak dan sering menggunakan *smartphone* sebagai aktivitasnya. Yaitu masa remaja pertengahan (15-18 tahun) dan masa remaja akhir (18-21 tahun) Deswita (2006). Dengan status ekonomi menengah keatas. Karena remaja pengguna *smartphone* yang paling banyak adalah dengan status ekonomi menengah keatas.

Sekunder : Masyarakat umum yang ingin tahu dengan aliran musik *reggae.*

C. Psikografis

Psikografis dapat diartikan sebagai segmentasi berdasarkan gaya hidup, kepribadian dan kelas sosial. Berikut psikografis khalayak sasaran antara lain, suka mendengarkan musik, punya rasa ingin tahu, senang bergaul, memiliki usaha dalam mewujudkan keinginan, mengikuti perkembangan teknologi, suka menggunakan internet. Selain itu, remaja cenderung memiliki ketertarikan terhadap teknik menempel dan menyusun.