

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, musik semakin berevolusi sehingga memunculkan berbagai genre musik baru seperti *rock*, *pop*, *hip-hop*, *lo-fi*, hingga, *electronic dance music (EDM)*. Sekarang ini banyak orang yang bersemangat untuk turut menuangkan ide kreatifnya melalui penulisan lagu dan juga menjadi musisi untuk memenuhi keinginan seni mereka, sehingga banyak yang memilih untuk menciptakan music/lagu untuk mengekspresikan diri mereka melalui karya seni musik. Karya musik kini dengan mudahnya dikonsumsi oleh banyak orang yang kemudian dikomersialkan secara bebas dipasaran musik Indonesia. Hal ini menjadikan music sebagai bagian dari budaya pop atau budaya populer.

Musik merupakan sebuah karya seni yang diciptakan dalam bentuk bunyi atau lagu atau komposisi yang mengungkapkan pemikiran serta perasaan sang pencipta lewat unsur pokok musik, yang didalamnya meliputi irama, melodi, harmoni, dan bentuk atau susunan lagu sebagai suatu kesatuan. (Jamalus, 1988 ) Musik adalah suatu hal penting yang tidak pernah bisa lepas dari kehidupan manusia sejak dilahirkan ke dunia. Sehingga musik sangat berpengaruh pada suasana hati dari manusia itu sendiri. Jaman sekarang industri musik berkembang dengan cepat, sehingga ada dua pembagian label musik menjadi major label dan indie label.

Menurut (Okada & Herawati) major label merupakan sebuah perusahaan yang memiliki tanggungjawab atas produksi dan distribusi rekaman suaranya, serta turun tangan dalam pengurusan aspek penjualan, promosi, dan perlindungan mengenai hak cipta. Di sisi lain, indie label merupakan label rekaman yang beroperasi secara independen tanpa ketergantungan dari perusahaan rekaman besar. Indie label cenderung berfokus pada segmentasi

artis atau band yang tidak diambil oleh major label. Mengambil kata dari kata “indie” atau “independent” yang berarti mandiri, bebas, atau kemampuan untuk berdiri sendiri. Indie label di Indonesia sendiri umumnya sudah berkembang sejak era tahun 70-an, yang dimana pada saat itu kenal dengan istilah musik *underground* (Putradarma, 2017)

Musik yang telah diproduksi dan dihasilkan oleh mereka pun juga dapat dikatakan cukup baik dari segi aransemen dan juga dapat dipertimbangkan secara kualitasnya. Musik indie memiliki kebebasan untuk selalu berkarya sehingga kreatifitas yang dimiliki juga selalu memiliki ide-ide baru. Hal ini dapat membuktikan bahwa musik indie merupakan musik yang unik dan inovatif. Hal ini dapat juga dikatakan bahwa para musisi indie memiliki target pasar tersendiri sehingga dengan ini maka tidak akan memengaruhi tuntutan lain selain mengikuti idealisme dari band itu sendiri (Avif Fawaid, 2021)

Musik yang dihasilkan dari pada label indie ini tidak mempunyai ikatan yang memiliki tuntutan pada permintaan pasar. Dalam konteks hal ini, mereka memiliki kebebasan untuk menciptakan dan juga menggunakan berbagai instrumen yang mereka inginkan. Lagu-lagu yang dihasilkan oleh para band indie yang tidak terpengaruh atau diatur oleh pihak lain. Sehingga musik indie ini disebut dengan musik antimainstream karena tidak terikat dari sisi komersil. Resmadi dalam (Lestari, 2019) Label indie seringkali lebih cepat dalam merespon trend yang ada dan juga lebih idealis dalam tujuannya.

Band indie ini biasanya melakukan promosi karya mereka secara mandiri lewat promosi lisan (*word of mouth*), komunitas, event-event, dan juga *new media* sebagai alat yang mudah untuk menarik perhatian pelanggan dan juga mendistribusikan musik mereka secara luas kepada seluruh khalayak. Penggunaan *new media* merupakan sebuah media sosial yang sangat dimanfaatkan oleh band indie. Beberapa *new media* yang biasanya sering digunakan untuk media promosi diantaranya *YouTube*, *Instagram*, dan *TikTok*.

Pemanfaatan *new media* ini sangat efektif dari segi waktu dan juga biaya karena semua dapat dilakukan dan diatur dalam *new media* tersebut.

Definisi dari media baru menurut (Prasetya & Ryan Marina, 2022) merupakan sebuah media digital yang penggunaannya memanfaatkan jaringan internet yang dapat difungsikan untuk menyampaikan segala macam pesan dan informasi yang berupa audio, visual, dan audio visual atau teks, foto, video, dan lain-lain. Menurut (Luik, 2020) media baru merupakan sebuah makna pada medium yang bermuansa digital, terkoneksi dan interaktif, intuisi media berbasis digital atau juga sebuah pengembangan dari sebuah media analog, dan menawarkan progress dari berbagai macam aspek didalam kehidupan manusia dalam proses penyebaran informasinya

Dengan kemunculan media baru ini tentu saja mempermudah bagi kalangan musisi terutama group band indie untuk menjadi sarana mereka dalam melakukan promosi karya-karya mereka. Tentu saja pemasaran ini dapat mencakup banyak khalayak luas sehingga mempermudah untuk menikmati karya melalui media baru. Musik yang dihasilkan oleh band indie sekarang menjadi sebuah karya musik yang banyak disukai dan diminati oleh anak muda jaman sekarang. Kemunculan dari band indie ini diawali oleh era musik *punk* pada tahun 1970-an di negara Inggris (Fiqiril Ali, 2023).

Perkembangan musik indie di Indonesia diawali dengan tahun 1970-an dengan beberapa munculnya band seperti Gang Pegangsaan, God Bless, dan juga Giant Step sebagai band pertama dengan unsur-unsur indie didalamnya. Kemudian sejak tahun 1990, warga Indonesia kini lebih mengenal kata "*underground*" daripada kata indie itu sendiri. Mulai beberapa tahun kebelakang ini kini banyak sekali musisi indie yang yang mulai mengawali karirnya dan menyebarkan lagu-lagunya melalui platform online (Fiqiril Ali, 2023)

Salah satu band yang sudah cukup terkenal di Indonesia kini adalah band indie dengan karya musik-musiknya yang banyak digemari oleh anak muda. Indie sendiri sempat menjadi trend yang cukup populer dikalangan anak remaja pada era tahun 1990-an sampai tahun 2000-an. Banyaknya band-band indie yang mulai mengepaskan sayapnya di industri musik Indonesia. Tak jarang juga band-band indie yang sudah memiliki nama dengan cukup besar mendapatkan tawaran kontrak dengan label rekaman yang sudah cukup besar.

Pada tahun 1980-an muncul sebuah trend indie yang mulai berkembang di Indonesia hal ini diikuti dengan berkembangnya genre musik punk rock yang kini mulai menjamur tanpa bantuan dari label perusahaan yang cukup besar. Kemudian melanjutkan tahun 1990-an mulai banyak bermunculan band-band legendaris yang kini kita kenal dengan nama Mocca, Naif, Efek Rumah Kaca, The Adams, dan Mocca.

Di jaman sekarang ini juga mulai bermunculan band-band baru yang berkiblat pada aliran indie dengan genre musik rock seperti Reality Club, Grrrl Gang, Perunggu, dan juga Lomba Sihir. Grup band Lomba Sihir merupakan salah satu band yang cukup menarik perhatian anak muda terutama yang menggemari aliran rock. Lomba Sihir dalam penyampaian lagunya senang untuk menceritakan tentang syair lagu untuk Jakarta. Sebuah surat cinta dan benci tentang cobaan dan juga kesengsaraan untuk tumbuh dan bertahan hidup di Ibu Kota Jakarta lewat nada-nada dan lirik sederhana yang mereka kreasikan sehingga sangat mudah untuk masuk ke telinga para pendengarnya (Manajer Lomba Sihir, 2023)

Resmi debut pada tahun 2019 dan bermula dari band pengiring Hindia kini Grup Band Lomba Sihir sukses dengan karya-karya mereka sendiri dengan debut album pertama mereka yang berjudul "Selamat Datang di Ujung Dunia" pada bulan Maret 2021 lalu dan sukses memasuki *The 25 Best Asian Albums of 2021* dan menduduki peringkat ke 9. Isi dari album Selamat Datang di Ujung

Dunia berisi 12 lagu: Selamat Datang, Hati dan Paru-Paru, Cameo, Apa Ada Asmara, Jalan Tikus, Ya Mau Gimana, Mungkin Takut Perubahan, Semua Orang Pernah Sakit Hati, Polusi Cahaya, Seragam Ketat, Nirrlaba, Tidak Ada Salju Di Sini Pt.6 (Selamat Jalan). Akun YouTube Grup Band Lomba Sihir tercatat kini sudah memiliki 27.3K subscribers dan akun Instagram sebanyak 56,4K followers. Melalui akun Spotify Lomba Sihir 2023 tercatat telah didengarkan di beberapa negara:

No	Negara	Jumlah Pendengar
1	Indonesia	567.441
2	Malaysia	12.363
3	Singapore	1.999
4	United States	888

**Tabel 1.1 Negara Pendengar Lagu Lomba Sihir  
(Sumber: Manager Lomba Sihir 2023 )**

Grup Band Lomba Sihir merilis single yang berjudul “Rentang Asmara” pada tanggal 27 Oktober 2023 dan melakukan kolaborasi dengan Katon Bagaskara. Tidak hanya itu saja, Grup Band Lomba Sihir juga pernah berkolaborasi dengan band Kotak dengan lagu yang berjudul “Beraksi”. Band Kotak sendiri memilih Grup Band Lomba Sihir karena ingin adanya penyegaran terhadap lagu yang sudah sangat populer ini. Dalam project ini Grup Band Lomba Sihir memiliki peran kuat untuk membuat aransemen dan juga vokal untuk lagu ini dan membuat lagu ini seolah terlahir kembali di era yang berbeda. (Voi., 2023)

Kemudian pada akhir November 2023 Grup Band Lomba Sihir kembali merilis single terbarunya yang berjudul “Selamanya” yang dalam liriknya bercerita tentang kasih seorang sahabat yang menyayangi sahabatnya. Lagu ini diciptakan untuk mantan manager Grup Band Lomba Sihir yaitu Norman

Permadi (Emon) sebagai kado perpisahan dari Lomba Sihir dan juga rasa terima kasih kepada Emon.

Tidak hanya berhenti sampai berkolaborasi dengan penyanyi lain, tetapi Grup Band Lomba Sihir juga turut ikut serta dalam event musik bernama *Make a Show* untuk menyelenggarakan tur dari masing-masing penyanyi. Dalam event ini juga terdapat beberapa penyanyi lainnya seperti Nadin Amizah, Reality Club, Slank dan juga Shaggydog yang turut memeriahkan event ini. Lomba Sihir sudah cukup diakui dan dikenal di industri musik di Indonesia khususnya dalam aliran rock. Dengan melakukan kolaborasi serta mengikuti tur yang diselenggarakan oleh event musik ini maka akan membuat Lomba Sihir semakin mengudara dengan tinggi di Indonesia.

#### **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan oleh Grup Band Lomba Sihir dalam media baru dalam memperjuangkan eksistensi mereka di industri musik?

#### **1.3 Batasan Masalah**

Pembatasan dalam masalah diperlukan untuk menghindari adanya hal yang tidak sesuai dengan pokok masalah yang diangkat. Agar penelitian tersebut lebih terarah dan tentunya akan memudahkan pada saat bagian pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Adanya beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lingkup permasalahan hanya akan berfokus pada strategi komunikasi pemasaran dari Grup Band Lomba Sihir
2. Informasi yang akan diberikan adalah: bagaimana komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Grup Band Lomba Sihir dan juga tingkat keberhasilan yang telah dicapai dengan menerapkan strategi tersebut.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran Grup Band Lomba Sihir melalui media baru.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Manfaat teoritis**

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bagian dari pemikiran dan pengembangan teori dalam bidang keilmuan komunikasi khususnya komunikasi pemasaran.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang serupa.

##### **2. Manfaat praktis**

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat bagi masyarakat yang sedang mencari dan membutuhkan informasi tentang dunia kreatif baik dalam secara umum maupun dalam industri musik.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini dibuat untuk mempermudah penyusunan skripsi ini maka sistematika penulisan perlu untuk ditentukan sistematika penulisan yang baik. Sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan ini mendeskripsikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini berisi mengenai teori-teori yang akan digunakan dalam penelitian ini

### BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang paparan penulis yang menyampaikan metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan juga implementasi dalam skripsi ini.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang hasil dari tahapan penelitian ini. Mulai dari bagian analisis, penjelasan mengenai strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan, hasil dan implementasinya.

### BAB V PENUTUP

Memuat tentang kesimpulan dan juga saran mengenai penelitian yang sudah dilakukan.