

BAB I **PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil, dan Menengah atau UMKM sekarang membutuhkan media promosi yang dapat membantu mereka meningkatkan *brand awareness*, maka dalam penelitian ini penulis ingin membantu brand Oranje Drink meningkatkan *brand awareness* nya dengan memanfaatkan media berelemen audio, yaitu musik *jingle* dengan penerapan *midi composing* dalam pembuatannya demi menciptakan musik *jingle* dengan lirik dan *tagline* yang mampu menarik calon pembeli untuk datang dan mengenal brand Oranje Drink itu sendiri.

"Survey mengatakan 70% UMKM lokal di Indonesia kesulitan dalam memasarkan produk miliknya". Dari tahun 2019 hingga 2023, Peneliti sebelumnya "menyaksikan peningkatan signifikan dalam penggunaan elemen audio dalam upaya *branding* dan iklan". Peningkatan ini didorong hasil penelitian yang mengindikasikan bahwa suara mampu untuk memengaruhi suasana hati, perilaku, dan produktivitas individu. Dalam bisnis, elemen audio dapat dimanfaatkan untuk memengaruhi konsumen tanpa disadari, mendorong mereka untuk berbelanja lebih banyak.

Pelaku UMKM masih banyak yang memiliki kesulitan dalam upaya memasarkan produknya meski kita sudah di era *digital* dan penyebabnya bukan hanya karena tidak mengerti teknologi, tapi pemasaran yang konvensional masih jadi patokan dalam berwirausaha. Di dalam *brand management*, tujuan utama yang paling mendasar adalah tercapainya *awareness* di benak audiens dan untuk mencapai tujuan tersebut, UMKM dapat menggunakan *jingle* yang mampu "memaksa" produk masuk ke dalam benak calon konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam industri periklanan dan *branding*, musik *jingle* memiliki peran penting dalam menciptakan identitas merek dan memengaruhi perilaku konsumen. Oranje Drink, merek minuman yang ingin meningkatkan visibilitasnya, dalam pembuatan musik *jingle* nya peneliti memanfaatkan penerapan teknik *MIDI composing* untuk menciptakan musik *jingle* yang diinginkan pihak Oranje Drink.

Apa dampak penggunaan elemen audio, khususnya musik *jingle* dengan lirik dan *tagline* yang menarik, dalam memengaruhi perilaku konsumen dan mendorong mereka untuk mengenal dan memilih produk Oranje Drink?

- Bagaimana penerapan teknik MIDI *composing* dalam pembuatan musik *jingle* yang merupakan strategi untuk membantu merek brand Oranje Drink menciptakan media iklan dan *branding*?

1.3 Batasan Masalah

Dalam lingkup penelitian ini memiliki batasan masalah, yaitu:

- Berfokus utama ditempatkan pada pembuatan musik *jingle* untuk merek Oranje Drink.
- Penulis membatasi lingkup analisis untuk mempertimbangkan musik *jingle* sebagai elemen audio kunci dalam konteks merek ini.
- Penulis mengeksplorasi dengan mendalam bagaimana elemen-elemen audio ini, termasuk musik *jingle*, lirik, dan *tagline*, mempengaruhi perilaku konsumen.
- Penelitian ini bertujuan mendapatkan *feedback* dari audien untuk mengevaluasi kontribusi elemen-elemen ini dalam meningkatkan kesadaran dan preferensi konsumen terhadap produk Oranje Drink.
- Seluruh penelitian ini bergantung pada data dan wawasan yang diperoleh dari *feedback* konsumen melalui kuisioner yang disebar.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini diinisiasi oleh permintaan dari pihak merek Oranje Drink, yang menginginkan pembuatan musik *jingle* dengan penerapan teknik MIDI *composing* untuk mendukung upaya mereka dalam menciptakan media iklan dan *branding* yang lebih efektif.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Manfaat yang diperoleh dari objek penelitian ini adalah kemampuan brand Oranje Drink untuk meningkatkan kesadaran merek dengan menggunakan musik *jingle* yang dibuat dengan penerapan MIDI *composing* sebagai alat untuk memperkenalkan brand dan produk mereka kepada audiens dan menggunakan hasil data analisis sebagai data evaluasi pihak Oranje Drink.
- Manfaat yang diperoleh adalah data sebagai sumbangan pengetahuan yang dapat menjadi landasan bagi peneliti yang akan melakukan studi serupa atau terkait dengan penelitian ini di masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Latar Belakang: Menjelaskan konteks dan alasan mengapa penelitian ini diperlukan.

Rumusan Masalah: Merumuskan masalah yang akan dipecahkan dalam penelitian.

Tujuan Penelitian: Menjelaskan tujuan dari penelitian.

Manfaat Penelitian: Mendeskripsikan manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian.

Metodologi: Menggambarkan pendekatan penelitian yang akan digunakan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka: Menyajikan literatur yang relevan dengan topik penelitian.

Dasar-Dasar Teori: Membahas konsep-konsep dasar dan teori yang mendukung penelitian.

Kerangka Konseptual: Menyajikan model atau kerangka konseptual yang akan digunakan sebagai dasar penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Tinjauan Umum: Memberikan gambaran umum tentang objek penelitian dan konteksnya.

Analisis Masalah: Mendiskusikan masalah-masalah yang akan diselesaikan.

Rancangan Penelitian: Menjelaskan desain penelitian, metode pengumpulan data, dan alat yang digunakan.

Populasi dan Sampel: Menyajikan informasi tentang populasi dan sampel penelitian.

Prosedur Penelitian: Menjelaskan langkah-langkah yang diambil dalam penelitian.

Analisis Data: Membahas teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian: Menyajikan temuan-temuan yang diperoleh selama penelitian.

Pembahasan: Menginterpretasikan hasil penelitian, membandingkan dengan teori, dan menjelaskan implikasinya.

BAB V: PENUTUP

Kesimpulan: Merangkum temuan-temuan penelitian dan menjawab rumusan masalah.

Saran: Memberikan saran-saran untuk penelitian selanjutnya atau penerapan hasil penelitian ini.

