

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi COVID-19 memberikan dampak negatif yang signifikan terhadap berbagai macam sektor ekonomi, termasuk industri musik. Majalah Pollstar bahkan memperkirakan industri musik telah merugi lebih dari USD 30 miliar atau Rp 434,6 triliun pada tahun 2020. Hal tersebut diakibatkan oleh pembatalan konser dan *live music* karena adanya kebijakan *physical distancing* oleh pemerintah. Padahal, *live concert* adalah salah satu sumber pemasukan terbesar di industri musik.

Untuk menghadapi tantangan tersebut, beberapa musisi sudah mengambil langkah dengan mengadakan konser virtual. Di tahun 2019, Marshmello bekerjasama dengan Epic Games mengadakan konser virtual dalam Fortnite yang dihadiri oleh 10,7 juta pemain Fortnite. Cara tersebut semakin menjadi tren sejak adanya COVID-19. Mulai dari Travis Scott, BTS, Diplo, hingga Ariana Grande mengadakan konser virtual dalam Fortnite di tahun 2021. Di tahun yang sama, Justin Bieber mengadakan konser pertamanya di dunia virtual yang juga dikenal sebagai *metaverse*.

Teknologi tersebut memungkinkan musisi dan band untuk menjangkau lebih banyak audiens dan memperkuat komunitas musik di era pandemi dengan biaya yang lebih murah. Dalam menjawab peluang tersebut, Merchnesia hadir untuk berkolaborasi bersama band-band tanah air untuk menghadirkan pengalaman konser virtual berbasis *metaverse* yang unik yang dipersembahkan oleh Direktorat Digital Business Telkom. Selain itu, Merchnesia juga hadir dengan solusi *merchandising* yang menyediakan produk barang koleksi *phygital* (*physical and digital*) berbasis NFT dan dapat terhubung dengan *metaverse* sehingga dapat digunakan oleh penggemar baik di dunia nyata maupun di dalam *metaverse* konser virtualnya.

Untuk membantu Merchnesia dalam memasarkan konser virtual dan *merchandise*-nya maka diperlukan suatu platform pemasaran untuk membantu pihak Merchnesia dalam menyampaikan informasi seputar band yang akan

tampil, mekanisme dan jadwal konser virtual, serta *merchandise* resmi dari band tersebut kepada penggemar.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk merancang suatu platform pemasaran virtual concert dan *merchandise* berbasis website sehingga penulis memilih judul “Rancang Bangun Platform Pemasaran Konser Virtual dan *Merchandise* Dengan Teknologi *Metaverse* dan NFT Menggunakan Metode Scrum.”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka diperoleh rumusan masalah: bagaimana proses rancang bangun platform pemasaran konser virtual dan *merchandise* dengan menggunakan metode Scrum?

1.3. Tujuan

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang platform pemasaran konser virtual dan *merchandise* berbasis web dengan metode Scrum yang dapat membantu strategi pemasaran Merchnesia.

1.4. Manfaat

1.4.1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat dalam bidang akademik guna memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pengembangan platform pemasaran berbasis *website*. Selain itu, peneliti juga berharap penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi para peneliti yang ingin mengkaji lebih lanjut di bidang penelitian yang relevan selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Merchnesia

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi pihak Merchnesia untuk memasarkan konser virtual dan *merchandise* sehingga dapat meningkatkan kinerja dan pendapatan penjualan.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi masyarakat umum khususnya penggemar band dan penikmat konser untuk memperoleh informasi terkait konser virtual yang akan diadakan oleh band favorit mereka dan memudahkan dalam bertransaksi.

1.5. Ruang Lingkup

Untuk menghindari kerancuan dalam penelitian ini, maka penelitian ini dibatasi dengan ruang lingkup sebagai berikut:

- a. Platform pemasaran yang akan dibangun mencakup informasi mengenai jadwal konser, panduan mengakses konser virtual di *metaverse*, informasi band yang akan tampil, *merchandise phygital* yang ditawarkan, dan cara menukarkan NFT *merchandise* untuk memperoleh barang fisiknya.
- b. Platform pemasaran yang akan dibangun merupakan sebuah aplikasi berbasis website yang terhubung dengan aplikasi konser virtual dan *marketplace* NFT dan *merchandise*.
- c. Metode yang digunakan dalam manajemen proyek rancang bangun platform ini adalah metode Agile dengan menggunakan kerangka kerja Scrum.

1.6. Luaran

Luaran yang diharapkan pada penelitian ini yaitu sebuah platform pemasaran konser virtual dan *merchandise* berbasis website yang diimplementasikan langsung pada Merchnesia.

1.7. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan sebagai gambaran bagi pembaca agar lebih mudah memahami penulisan pada penelitian ini yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup, luaran yang diharapkan, dan sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian teori-teori yang mendasari penelitian secara detail, dapat berupa metode, model, teknik, konsep, prosedur, atau definisi yang berkaitan dengan topik penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tahapan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan pengembangan sistem yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Bab ini juga memuat jadwal rencana penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian dengan menjelaskan seluruh tahapan serta pembahasan yang sudah dilakukan dalam penelitian hingga menghasilkan luaran yang diharapkan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan atas penelitian yang sudah dilakukan. Pada bab ini juga terdapat saran yang diberikan oleh penulis sebagai bahan pertimbangan penelitian selanjutnya.