

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman kian mempesat dengan adanya teknologi yang semakin berkembang, hingga berbagai upaya dilakukan oleh remaja untuk terus mengikuti tren yang ada, dikarenakan zaman sekarang sebagian remaja masih malu jika tidak mengikuti tren, bahkan menurut survei yang dimuat oleh CNN Indonesia, menyatakan bahwasannya sebesar 82,5 persen para remaja selalu mengikuti tren yang ada tanpa melihat motif apapun, karena pada dasarnya fase remaja adalah fase seseorang dalam mencari identitas diri. Selain itu, menurut muatan kompasiana.com, macam-macam tren yang pernah ada di Indonesia yang pada masanya sangat digandrungi oleh remaja adalah tren wabah tarian *shuffle*, penggunaan handphone Blackberry, modifikasi kendaraan, pakaian, hingga gaya hidup yang lahir dari *genre* musik yang diminati oleh remaja tersebut.

Seiring dengan perkembangan tersebut dikalangan remaja, kumparan.com menyatakan bahwa gaya hidup dan gaya pakaian remaja sangat erat kaitannya dengan musik yang didengar, sehingga melahirkan tren-tren baru yang dilahirkan oleh musik. Contohnya seperti, penggemar fanatik The Beatles serta band-band lampau sebagian besar remaja menggunakan gaya pakaian yang serupa seperti yang dipakai oleh personel band-band tersebut, juga penggemar fanatik band bergenre rock akan menggunakan pakaian serupa, hingga muncul suatu aliran yang asing ditelinga masyarakat Indonesia pada awal tahun 70-an dan kurang diminati oleh remaja, yaitu aliran musik Indie, kemudian pada tahun 90-an musik Indie mulai dilirik oleh sebagian masyarakat dan terus berkembang hingga mengalami pergeseran makna terhadap arti dari aliran musik Indie itu sendiri dan remaja banyak menilai serta beranggapan bahwa Indie adalah sebuah tren gaya pakaian.

Pergeseran makna tersebut jauh dengan arti yang sebenarnya, dikarenakan musik indie bukanlah suatu jenis musik atau *genre*. Istilah indie diangkat dari kata *independent* yang berarti merdeka, bebas, mandiri dan tidak bergantung. Musik indie lebih kepada gerakan musik berbasis DIY (*Do It Yourself*). Berbeda dengan band yang memiliki label tersendiri, band indie lebih bersifat bebas untuk berkarya. Band indie bebas menciptakan

lagu sesuai dengan yang mereka sukai. Maka tak heran bila karya musik band indie berbeda dengan band *mainstream* atau dengan corak lagu yang sedang laris dipasaran. Berbeda dengan di mancanegara, sebuah label mampu memfasilitasi band yang berada di bawah naungan mereka secara maksimal. Band tersebut dapat sukses karena adanya hubungan timbal balik yang seimbang antara band dengan pihak label. Sebut saja perusahaan rekaman indie luar negeri yang sukses seperti Fatwerk, Epitaph Records, Matador Records, dan lain-lain. Oleh karena itu, banyak yang berpendapat bahwa kualitas musik yang dimiliki Indonesia saat ini cenderung menurun. Hal ini ditandai dengan adanya peminat musik di Indonesia lebih menggemari musik dari artis-artis nasional dan kurangnya dukungan dari media massa seperti TV swasta Indonesia kecuali musik dangdut.

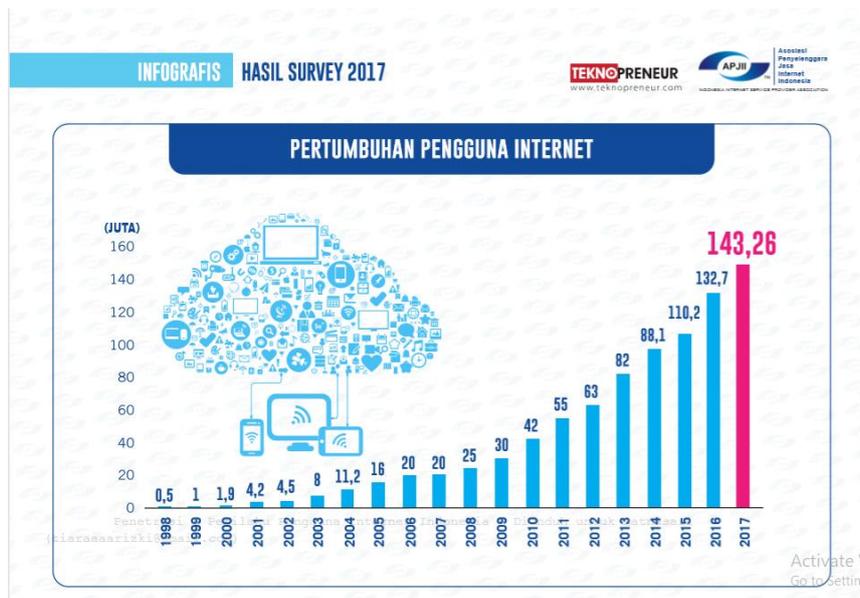
Bila pada awal era tahun 2010-an, Indonesia sempat kebanjiran artis dan musisi yang menggelar konser tunggal di Indonesia, kini intensitasnya mulai menurun. Saat ini, trennya mendatangkan musisi-musisi asing untuk tampil dalam gelaran *Festival*. *Event Festival* merupakan *event* yang sangat khas dengan budaya dalam masyarakat. Perkembangan jenis *Festival* lebih sering pada kegiatan *Festival* musik. *Festival* musik yang diselenggarakan banyak menyedot jumlah pengunjung yang besar, melibatkan banyak musikus dalam satu waktu penyelenggaraan dan memberikan dampak ekonomi yang besar pula baik pada penyelenggara maupun pada daerah dilaksanakannya *Festival*.

Pada tahun 2016 muncul beragam *Festival* musik yang digelar oleh korporasi ataupun organisasi yang menampilkan musik lebih beragam seperti *We The Fest*, *Djakarta Warehouse Project*, *Soundrenaline*, *Synchronize Festival* dan lain-lain. Industri musik pada umumnya terbagi menjadi dua dalam pengembangannya, yaitu industri musik indie dan musik *mainstream*. Industri musik indie adalah industri dimana sebuah grup atau individu yang memainkan musik bergerak secara mandiri memperkenalkan, mempublikasi, menjual karyanya dan tidak bergantung pada perusahaan rekaman sedangkan musik *mainstream* adalah industri musik yang keseluruhannya dibawah naungan perusahaan rekaman besar baik dari segi pengaturan nada musik, karakter musik, manajemen sampai penjualan.

The Sounds Project merupakan *Festival* musik yang telah berlangsung mulai dari tahun 2014 hingga 2018 kemarin, dikelola oleh sebuah organisasi kampus independen di

Depok, Indonesia yang berfokus pada musik yang disebut dengan MG. The Sounds Project menampilkan berbagai band dengan berbagai macam *genre* yang berbeda. Di tahun 2016, The Sounds Project Vol. 2 diberi tema “*Let The Sounds Embrace Your Soul*” mempunyai makna bahwa Tim Musik Gunadarma harus berbagi mimpi mereka dengan publik untuk menjadikan acara mereka menjadi universal dan tidak hanya akrab di kalangan mahasiswa, mereka memutuskan untuk mengubah nama mereka menjadi The Sounds Project 2, kemudian mereka bernai melangkah keluar dari zona nyaman mereka. Mulai dari musisi indie, melompat lebih tinggi dari angsuran mereka sebelumnya dengan mengundang Rock Legend Indonesia, Godbless, serta meramaikan kolaborasi pertama mereka, Kelompok Penerbang Roket diadugkan oleh Sigmun dan tidak lupa bahwa mereka akan menambahkan lagi satu panggung ke tempat tersebut.

Sebuah *event* yang sukses tidak akan lepas dari peranan publikasi yang baik. Jika tidak dipublikasikan, siapa yang akan hadir di dalam acara *event* tersebut yang telah dipersiapkan dengan susah payah. Publikasi dibagi menjadi dua bagian, publikasi *offline* dan *online*. Publikasi *offline* merupakan strategi publikasi yang dilakukan secara manual dilakukan secara langsung seperti membuka *booth* di tempat-tempat yang sudah ditargetkan dapat menarik lebih banyak pengunjung sedangkan publikasi *online* merupakan strategi publikasi yang dilakukan melalui internet, biaya yang dikeluarkan lebih rendah, layanan yang dapat dilakukan secara 24 jam, tidak ada batasan jangkauan geografis dan flexibel. Tidak hanya peranan publikasi yang baik, tetapi strategi publikasi *online* lainnya dapat berupa meningkatkan kualitas-kualitas yang nantinya akan diunggah di internet. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, teknologi informasi dan komunikasi sedikit mengubah para *Public Relations*, karena harus mampu menggunakan berbagai media di internet dan memanfaatkan berbagai alat komunikasi yang super canggih untuk mengkomunikasikan pesan. Kemunculan internet yang kemudian melahirkan media sosial yang beragam ini sangat membantu kerja *Public Relations*. Mulai dari Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn, Blog hingga Youtube dapat dimanfaatkan untuk publikasi.



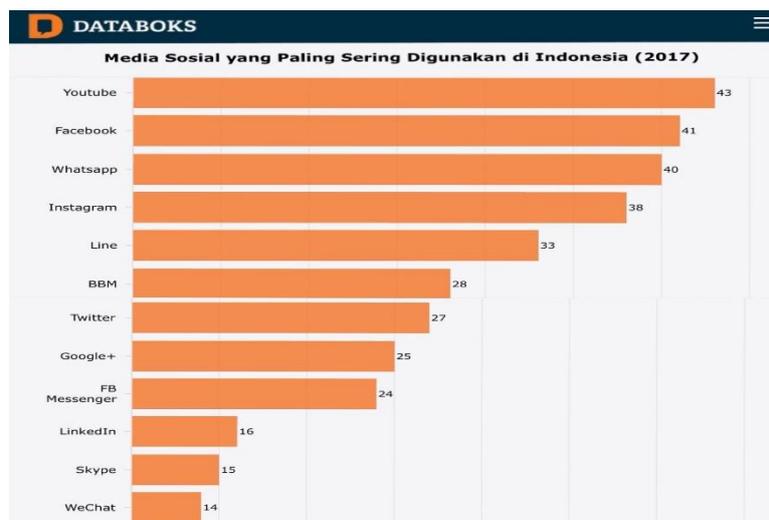
**Gambar 1 Hasil Survei 2017 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia**

Sumber: [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id)

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2017 mengungkapkan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia sebanyak 143,26 juta jiwa (54,68%) dari total populasi penduduk di Indonesia sebanyak 262 juta jiwa. Angka ini cukup signifikan dibandingkan tahun 2016 di mana penetrasi pengguna internet di Indonesia sebanyak 132,27 juta jiwa (52,5%). Kemudian, hasil survei juga menunjukkan bahwa penetrasi pengguna internet lebih besar di kalangan urban (72,41%), rural-urban (49,49%) dan rural (48,25%). Urban adalah wilayah administratif yang sebagian besar GDP berasal dari sektor non-pertanian. Rural-urban adalah wilayah administratif yang besar GDP seimbang berasal dari sektor pertanian dan non-pertanian. Sementara Rural adalah wilayah administratif yang sebagian besar GDP berasal dari sektor pertanian.

Aktivitas penggunaan media sosial menjadi salah satu elemen penting yang tak terlepas dalam kehidupan sosial masyarakat dunia termasuk di Indonesia. Keberadaan media saat ini diperlukan oleh professional *Public Relations*, sebab media merupakan alat untuk publikasi, tempat untuk membangun support terhadap perusahaan, sebagai sarana dalam membangun reputasi sebab media tak berjarak dari seseorang sehingga akses informasi dan publikasi yang disampaikan melalui media diasumsikan lebih cepat

sampai. Keberadaan media juga dibutuhkan untuk membangun jaringan agar penyebarluasan informasi bisa lebih cepat jika ada jaringan yang mensupport. Sebelum terciptanya internet, publikasi yang dilakukan band indie pada umumnya melalui antar kawan atau melalui jaringan antar sekolah yang terbangun. Dalam melakukan publikasi dan menginformasikan mengenai *event* The Sounds Project 2018, tim Musik Gunadarma menggunakan Website resmi dan beberapa akun media sosial seperti Twitter, Line, dan Instagram.



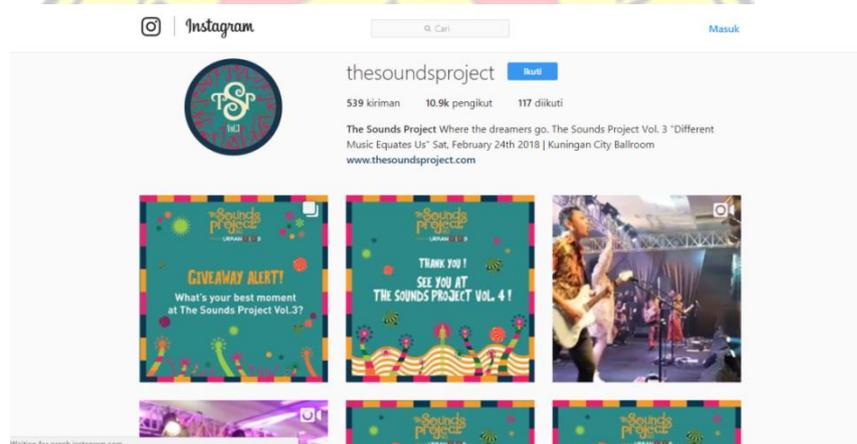
**Gambar 2 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia (2017)**

Sumber: [www.databooks.katadata.co.id](http://www.databooks.katadata.co.id)

Hasil survei globalwebindex pada pengguna internet di Indonesia dalam rentang usia 16-64 tahun, menunjukkan bahwa beberapa platform di media sosial yang aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia. Platform tersebut terbagi dalam dua kategori media sosial yaitu media jejaring sosial dan messenger. Youtube menempati peringkat pertama dengan presentase penggunaan sebesar 43%, di peringkat ke dua Facebook dengan presentase penggunaan sebesar 41%, kemudian Whatsapp dengan presentase penggunaan sebesar 40%. Meskipun Instagram masuk ke dalam urutan ke empat dengan presentase penggunaan sebesar 38%, menurut hasil survei WeAreSocial.net dan Hootsuite, Instagram merupakan platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke tujuh di dunia. Selain sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto, instagram

digunakan untuk memasarkan produk bisnis. Total pengguna instagram di dunia mencapai angka 800 juta pada Januari 2018.

Menurut Databooks, salah satu media sosial yang memiliki banyak pengikut serta aktif digunakan adalah Instagram. Walaupun presentase pengguna Youtube lebih besar dibandingkan dengan pengguna Instagram, namun Instagram memiliki kekuatan lebih besar untuk menjadi tempat publikasi event, dikarenakan Instagram memiliki banyak fitur yang mendukung kegiatan publikasi dan bagi penggunanya dapat dengan mudah menjalin interaksi dengan pemilik event.. Instagram adalah salah satu media sosial populer yang menawarkan jaringan antar teman, profil, foto dan video untuk remaja dan dewasa di seluruh dunia. Di Indonesia kebanyakan Instagram digunakan sebagai media *marketing* yang berfokus pada publikasi dan promosi seperti publikasi *event*, produk dan lain-lain. Hal ini menjadi peluang bagi kalangan musisi-musisi untuk mempromosikan dan mempublikasikan karya mereka melalui fitur yang disediakan oleh Instagram.



**Gambar 3 Laman Akun Instagram The Sounds Project**

Sumber: Data Pribadi Peneliti

Melalui akun Instagram-nya, The Sounds Project begitu gencar mengunggah foto maupun video mengenai informasi-informasi secara terus menerus mulai dari *merchandise*, *line up*, *rundown* serta semua konten atau publikasi yang dibuat terlihat kreatif atau unik, karena dibingkai dengan latar belakang poster *event* tersebut, gambar mural. Tidak jarang pula, akun instagram yang tercatat sudah memiliki sekitar 10.9 ribu pengikut ini, menyertakan caption dan hastag yang mampu membangkitkan serta

meningkatkan kesadaran, semangat pembaca untuk menghadiri *Festival The Sounds Project*.

*Event The Sounds Project* ditahun 2018 ini bertemakan “*Different Music Equates*” bertujuan untuk memperkenalkan kepada masyarakat bahwa Indonesia mempunyai musisi-musisi dengan kualitas yang sangat bagus dengan *genre* yang berbeda-beda sehingga bisa dinikmati banyak orang. Hal-hal tersebut tidak terlepas dari peran publikasi *online* yang dikemas secara maksimal agar dapat meningkatkan kualitas publikasi serta mencapai visi dan misi yang dibentuk oleh pendiri organisasi *The Sounds Project*. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Publikasi *Event The Sounds Project* di Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Pengetahuan Masyarakat Mengenai Musik Indie (Survei Kepada *Followers* Instagram *The Sounds Project*)**”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah tercantum dalam latar belakang, maka organisasi *The Sounds Project* memanfaatkan media sosial sebagai wadah dalam menaikkan nama-nama musisi indie lokal serta nama *The Sounds Project* itu sendiri dengan cara memaksimalkan kualitas publikasi. Maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut: seberapa berpengaruh kualitas pengaruh publikasi *event The Sounds Project* di media sosial instagram terhadap tingkat pengetahuan masyarakat mengenai musik indie.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang tercantum di latar belakang, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui seberapa berpengaruh kualitas publikasi *event The Sounds Project* yang dilakukan melalui media sosial Instagram terhadap tingkat pengetahuan masyarakat mengenai musik indie? (survei kepada *followers* Instagram *The Sounds Project*)

## 1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi-kontribusi sebagai berikut:

**a. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dan memberikan kontribusi yang signifikan pada bidang humas, khususnya mengenai penerapan kegiatan publikasi di media *online* atau media sosial. Serta, penelitian ini diharapkan dapat menjadi data maupun informasi pendukung bagi peneliti dan penelitian lain di masa mendatang, mengenai kualitas publikasi *event* di media sosial untuk mengukur tingkat pengetahuan masyarakat.

**b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran khususnya pada bidang *public relations* untuk pihak Tim Musik Gunadarma maupun organisasi-organisasi lainnya dalam meningkatkan kualitas publikasi *event* di media sosial, khususnya untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat mengenai *event* The Sounds Project .

**1.5 Sistematika Penelitian**

Untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, peneliti membuat kerangka sistematika penelitiannya dibagi menjadi 5 (lima) bab, sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Di dalam bab ini, berisikan penjelasan latar belakang yang menjadi alasan penelitian ini dilakukan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematik penelitian.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi mengenai penelitian terdahulu, teori dasar, definisi konsep, kerangka berfikir, operasional variabel, dan hipotesis penelitian.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik penarikan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta waktu dan tempat penelitian.

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan analisis untuk memberikan jawaban atau solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambaran kemampuan peneliti dalam memecahkan masalah.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini menyatakan pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi judul buku, jurnal, dan bahan – bahan penerbitan lainnya yang dilengkapi dengan tahun terbit, nama pengarang dan informasi seputar berbagai sumber yang digunakan.

## **LAMPIRAN**

Lampiran ini berisikan data – data pendukung untuk penelitian seperti perhitungan statistik dan dokumentasi.

