**BAB 1**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Promosi adalah suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh para pemasar karya musik, karena kegiatan ini memberikan pengaruh kuat terhadap kuantitas penjualan. Tujuan dari kegiatan promosi tersebut adalah untuk memperkenalkan dan mempersuasi calon pelanggan sehingga tertarik untuk membeli karya musik tersebut. Menurut Zimmerer (2002 : 15)Promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan. Selain itu menurut Tjiptono (2001 : 217) Promosi adalah suatu bentuk komunikasi yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Kegiatan mempromosikan karya musik tersebut umumnya dilakukan oleh para pemasar untuk memperkenalkan sebuah album baru kepada masyarakat atau penggemar. Terutama album baru yang diproduksi oleh perusahaan mayor (major label). Dalam melaksanakan kegiatan promosi, perusahaan mayor biasanya menggunakan jaringan televisi, internet, dan tour konser. Penggunaan media promosi seperti itu akan menghabiskan biaya yang cukup besar. Akan tetapi secara finansial perusahaan yang tergolong kedalam perusahaan mayor memiliki anggaran yang cukup kuat, sehingga untuk mereka hal ini tidak terlalu menjadi masalah. Setelah munculnya era digital dan maraknya pembajakan, kekuatan perusahaan mayor umumnya berangsur melemah. Hal ini disebabkan karena terjadinya penurunan penjualan akibat praktek-praktek pembajakan. Sedangkan pada artis yang bernaung dibawah perusahaan mandiri atau *indie label*, angka penjualan mereka malah meningkat. Padahal kegiatan promosi mereka tidak segencar artis-artis mayor walaupun sama-sama mengalami praktek pembajakan. Artis yang mengalami kenaikan penjualan tersebut diantaranya adalah band yang berasal dari komunitas *underground* Ujungberung.

Band-band yang terlahir dari komunitas umumnya menggunakan komunitas mereka sendiri sebagai alat promosi. Selain itu mereka pun aktif membentuk *fan base* yang dikelola oleh manajemen mereka sendiri. Sedangkan anggota *fan base* itu sendiri datang dari berbagai strata ekonomi dan latar belakang pendidikan yang berbeda. Komunikasi antara manajemen dengan anggota dibangun dengan menggunakan *fan page* pada jejaring sosial yang dikelola oleh manajemen band. Melalui cara tersebut beberapa band *underground* telah mampu mengumpulkan ribuan penggemar dalam sebuah *fan page*.

Burgerkill adalah salah satu band dari komunitas *underground* Ujungberung yang menurut para pengamat musik dianggap sebagai band yang memiliki penjualan cukup bagus. Musik *metalcore* yang dianggap sebagai musik minoritas pada kenyataannya digemari ribuan bahkan jutaan anak muda di Indonesia. Pada setiap pertunjukan Burgerkill di daerah ternyata mampu mendatangkan puluhan ribu penonton. Demikian halnya dengan penjualan karya mereka yang dilakukan secara *off line*, dalam minggu pertama Burgerkill mampu menjual 1000 copy cd album pada toko distributor CD Demajors di jakarta. Angka tersebut merupakan prestasi tersendiri bagi sebuah band *underground* yang bergerak secara mandiri. Jika dikaitkan dengan prinsip pemasaran kesuksesan penjualan tersebut tidak terlepas dari keberhasilan mereka dalam melakukan promosi. Seperti yang disampaikan oleh majalah *RollingstonesIna* di tahun 2011. Bahwa salah satu fungsi dari promosi adalah untuk meningkatkan penjualan. Menurut Swastha (1998:48) penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual, untuk mengajak orang lain bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Kegiatan promosi Burgerkill sama seperti band *underground* lainnya, yaitu menggunakan komunitas penggemar sebagai alat promosi. Komunitas penggemar Burgerkill tersebar di seluruh pelosok Indonesia dengan nama Begundal Hell Club. Perekrutan penggemar untuk menjadi anggota Begundal Hell Club dilakukan dengan cara membuka pendaftaran anggota dengan biaya Rp. 250.000. Penggemar yang telah mendaftarkan diri akan mendapatkan T-Shirt, sticker, ID Card, Patch, dan merchandise lainnya. Melalui cara seperti ini populasi penggemar Burgerkill terus bertambah. Selain itu Burgerkill dapat menjual berbagai produk mereka kepada penggemar secara langsung.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh manajemen Burgerkill tersebut adalah sebuah fenomena pemasaran dari sebuah band yang pada ahirnya telah mampu mengantarkan mereka pada pasar internasional. Maka dengan adanya fenomena tersebut peneliti bermaksud melakukan penelitian dibidang promosi band dengan judul “**Kegiatan Promosi Band Burgerkill Pada Album *Venomous* Melalui Komunitas Penggemar**”

* 1. **Rumusan Masalah**

Agar permasalahan tersebut lebih spesifik dan mudah dipahami, maka peneliti merumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana kegiatan promosi album ‘*Venomous’* pada band Burgerkill ?
2. Seberapa besar pengaruh komunitas penggemar pada band Burgerkill ?
   1. **Tujuan penelitian**

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan maka tujuan penelitian tersebut adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi album ‘Venomous’ pada band Burgerkill
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunitas penggemar pada band Burgerkill dalam pelaksanaannya
   1. **Manfaat penelitian**

Dengan dilakukannya kegiatan penelitian tersebut diharapkan akan memberikan berbagai manfaat kepada beberapa pihak sebagai berikut :

1. Untuk penulis hasil penelitian ini diharapkan akan memperkaya pengetahuan dan wawasan, baik secara teori maupun empiris.
2. Untuk perusahaan semoga hasil penelitian ini akan menjadi masukan yang berhaga bagi dikemajuan perusahaan.
3. Untuk para akademisi semoga tulisan ini dapat memperkaya pustaka dan menjadi salah satu referensi bagi yang melakukan penelitian pada permasalahan yang sama.
   1. **Lokasi penelitian**

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di kantor Distro Riotic Bandung Jalan Sumbawa No 61 Jawa Barat dan di jalan Gemuruh no.71 Bandung

* 1. **Metode penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut McMillan & Schumacher (2003 : 200-201) “kualitatif adalah suatu pendekatan yang juga disebut pendekatan investigasi karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang-orang di tempat penelitian”

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode deskriptif dalam penelitian menurut Nasution (1988 : 8) adalah dilakukan dengan kata deskriptif yang banyak di tuangkan dalam bentuk laporan dan uraian, penelitian ini tidak mengutamakan angka dan statistik, walaupun tidak menolak data kuantitatif, karakteristik penelitian kualitatif ditandai oleh kegiatan untuk mengamati orang dalam situasi nyata baik dalam berinteraksi dengan lingkungan maupun untuk memahami perilaku orang yang diamati tersebut.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu :

1. Observasi (pengamatan)

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan penglihatan, tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut (Nazir 1983: 212). Penulis melakukan observasi secara langsung untuk mendapatkan data atau informasii mengenai objek yang akan diteliti baik pengamatan langsung atau tidak langsung. Adapun hal-hal yang akan diobservasi oleh penelitii adalah dengan menganalisis ‘**Kegiatan Promosi Band Burgerkill Pada Album *Venomous* Melalui Komunitas Penggemar’**

2. *Interview* (wawancara)

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan teknik tanyajawab pada narasumber, baik secara langsung maupun tidak langsung” (Soeharto 1993: 114). Wawancara ini berguna untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi. Penulis akan menggunakan metode ini untuk mencari informasi terkait keterangan dari *managing director* atau para tutor dan responden-responden lain yang dibutuhkan dalam proses penelitian.

3. Dokumentasi

Metode ini adalah salah satu metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku dan sebagainya. Dalam hal ini data-data tersebut merupakan data yang bersifat tulisan.

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan kondisi perusahaan, seperti letak geografis, latar belakang dan sebagainya.

* 1. **Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini ditulis bertujuan untuk menjelaskan Bab yang akan dibuat dalam kerja praktek ini secara jelas dan terarah yaitu sebagai berikut.

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, lokasi penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan tentang berbagai teori maupun pendapat para ahli baik yang bersumber dari buku-buku ilmiah, maupun jurnal penelitian yang terakreditasi. Teori dan pendapat para ahli tersebut selanjutnya akan melandasi atau menjadi dasar perbandingan tentang Kegiatan promosi band Burgerkill pada album *Venomous* melalui komunitas penggemar

**BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan oleh peneliti, untuk mengumpulkan data selengkapnya tentang Kegiatan promosi band Burgerkill pada album *Venomous* melalui komunitas penggemar

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas semua hasil penelitian, dari pengumpulan data Kegiatan promosi band Burgerkill pada album *Venomous* melalui komunitas penggemar

**BAB V PENUTUP**

Bab ini menyimpulkan keseluruhan isi dari penelitian yang telah dilakukan juga saran bagi pihak-pihak terkait seperti perusahaan, staff maupun artist/musisi yang mendapat kerjasama.