

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini musik semakin berkembang pesat, salah satu diantaranya adalah music *indie*. Banyak musisi-musisi mancanegara maupun Indonesia, khususnya di Kota Bandung bermunculan dan mengusung music *indie*. Menurut Naldo (2012: 35), Musik Independen sering disingkat menjadi music *indie*, merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kemerdekaan dari arus utama label rekaman komersial atau anak perusahaan mereka dan otonom, *Do It Yourself (DIY)* merupakan pendekatan perekaman dan penerbitan. Kebanyakan seniman musik independen sering dikategorikan di bawah genre lain karena gaya itu tidak terdefinisikan. Etika *DIY* mengacu pada etika '*self-sufficiency*' (kemandirian), pengertian dari *self-sufficiency* (kemandirian) adalah tumpang tindih keadaan dimana seseorang atau organisasi membutuhkan sedikit atau tidak ada bantuan atau interaksi dengan orang lain.

Berdasarkan yang dilakukan oleh Naldo, hal tersebut merupakan sebuah kegiatan tata kelola dalam memajukan music untuk mencapai sebuah tujuan tertentu. Sedangkan menurut Editor majalah *Rolling Stones Indonesia* Wenk Rawk/ Wendi Puranto (Idhar, 2008: 26) menulis "sebenarnya menurut saya, musik *indie* sebagai aliran atau genre musik itu tidak ada, Karena yang disebut musik *indie* itu adalah untuk membedakan antara yang *mainstream* dengan *indie*. Jadi, *indie* adalah istilah untuk membedakan antara yang dimainkan oleh musisi professional dengan musisi amatir. Tapi yang pasti, *indie* adalah gerakan bermusik yang berbasis dari apa yang kita punya, *Do It Yourself (DIY)*; etika yang kita punya mulai dari merekam, mendistribusikan dan mempromosikan dengan uang sendiri. ([www.wenzrawkmansion.multiply.com](http://www.wenzrawkmansion.multiply.com)).

Pada mulanya *indie* merupakan sebuah tata kelola mulai dari produksi, distribusi, dan juga mempromosikan karya musik tanpa campur tangan pengesahan besar (*major label*). Di Indonesia, label music terdiri atas *indie label* dan *major label*. *Major label* merupakan perusahaan rekaman yang berhubungan dengan modal besar sedangkan

*independent* label merupakan perusahaan rekaman kecil yang dimiliki secara *independent* (Rez, 2008).

Pesatnya perkembangan musik, *indie* bukan hanya sebuah gerakan mandiri untuk memproduksi, distribusi dan juga promosi dalam kegiatan bermusik, tidak adanya keterlibatan perusahaan besar dalam proses produksi musik *indie*. Hal tersebut mempengaruhi hasil karya musik ciptaan dalam proses penciptaan karya music yang merujuk pada musik-musik *non-mainstream* (tidak biasa). Perkembangan music dipengaruhi oleh media elektronik seperti televisi, radio dan internet yang kegunaannya dapat dijadikan media untuk mempublikasikan karya music pun harus membaca peluang dan turut mengimbanginya. Media elektronik tersebut menyuguhkan berbagai macam acara menarik yang siap untuk kita nikmati, baik secara auditif (penjelasan) maupun visualitatif (penjelasan).

Semakin berkembangnya kemajuan pada teknologi maka akan memudahkan media-media untuk membuat program acara yang dapat menarik minat konsumennya. Hal ini berdampak pada munculnya persaingan diantara media itu sendiri, misalnya media radio, dimana media ini banyak tumbuh kembang hampir diseluruh wilayah di Indonesia termasuk di Kota Bandung. Persaingan radio membutuhkan strategi promosi dalam mempromosikan program acara khususnya acara music, agar media tersebut mampu bersaing dengan media-media lainnya serta untuk menjaga konsistensinya dan meraih banyak konsumen. Sehingga dengan demikian konsumen akan memiliki banyak pilihan pada saat menikmati program music melalui media-media tersebut.

Radio sebagai salah satu media yang selalu menyuguhkan program acara music cukup memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumennya dalam hal ini pendengar atau penikmat acara radio itu sendiri. Dibandingkan dengan media lainnya siaran radio merupakan media yang murah dan mudah diakses oleh masyarakat. Bahkan menurut M. Romli (2009:19) Radio menjadi media utama untuk mendengarkan music. Sajian music menjadi sebuah kelebihan dari radio karena pada umumnya orang mendengarkan radio untuk mendengarkan music. Radio memiliki program acara music dengan tema yang berbeda-beda baik secara *off air* maupun *on air*. Di Indonesia sendiri

khususnya di wilayah Bandung Jawa Barat banyak bermunculan stasiun-stasiun radio yang menyuguhkan program acara music.

PT. Karang Tumaritis dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom yang terletak di Jalan Sumur Bandung No. 12 adalah lembaga atau perusahaan yang mendirikan Radio Zora resmi on air pada tanggal 1 Juli 2005 dengan frekuensi 90.1 FM. Radio Zora mengadakan salah satu program acara music yang banyak diminati oleh para pendengar khususnya kalangan anak muda dan pecinta music di Bandung yaitu program acara *Indie Air*. Program ini merupakan salah satu program acara music yang disiarkan secara langsung (*on air*) di Radio Zora setiap hari kamis malam pada pukul 20.00-22.00 WIB. Program acara tersebut memiliki segmentasi pendengar kalangan anak muda mulai dari umur 20-30 tahun. Di dalam program acara *Indie Air*, musik-musik yang diputarkan 100% adalah music *indie* local Indonesia.

Berbeda dengan program acara music di radio lain, program acara *Indie Air* memiliki format radio berbasis edukasi *entertainment* yang didalamnya tidak hanya menyuguhkan hiburan music, tetapi juga memberikan informasi seputar music yang memberikan manfaat edukatif bagi para pendengarnya yang bersinergi dengan nilai edukasi. Program acara *Indie Air* secara berkala mengundang beberapa tamu secara perorangan ataupun organisasi seperti studio recording, studio recording, audio engineering untuk memberikan informasi edukasi music kepada para pendengarnya.

Berdasarkan wawancara dengan Gordo selaku produser program acara Indie Air, (Bandung, 21 Februari 2019) jumlah pendengar program acara Indie Air kurang lebih mencapai 300 audien dalam kurun waktu 1 jam. Kelebihan dan kekhasan dari program *Indie Air* tersebut telah mampu menarik minat para pendengar dan menarik perhatian musisi atau band-band di Bandung untuk mempromosikan karya musiknya di acara tersebut. Hal ini peneliti asumsikan bahwa keberhasilan dari program tersebut merupakan hasil dari strategi promosi yang dilakukan pihak Zora Radio (wawancara, tgl 21 Februari 2019). Menurut Swastha (2001:349) Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Berdasarkan fenomena dan pemikiran di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap strategi promosi yang dilakukan Radio Zora dalam program acara music *Indie Air*. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti, yaitu bagaimana strategi promosi program acara music *Indie Air* di Zora Radio ?

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun pertanyaan penelitian ini mengacu pada permasalahan diatas yaitu, “Bagaimana strategi promosi Zora Radio dalam mempromosikan program musik Zora Indie Air?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui strategi promosi Zora Radio dalam mempromosikan program musik Zora Indie Air.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penulis berharap hasil penelitian ini akan memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Adapun manfaatnya adalah sebagai berikut:

### **1. Untuk Penulis**

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai strategi promosi program siaran acara musik yang radio Zora lakukan.

### **2. Bagi Akademisi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna, terutama bagi peneliti dimasa yang akan datang.

### **3. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi radio Zora untuk meningkatkan kualitas program-program acara music baik *off air* maupun *on air*.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan penulisan penelitian, peneliti membuat sistematika dalam 5 Bab yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan dimaksudkan untuk mengantarkan pembaca terhadap alasan-alasan dan permasalahan. Dengan membaca bagian pendahuluan, pembaca akan mendapat gambaran arah pokok permasalahan dan pembahasan tentang Strategi Promosi program siaran acara music *Indie Air* di Radio Zora. Pada bagian pendahuluan ini berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi informasi-informasi yang bersifat teoritis dan ilmiah, baik bersumber dari buku ilmiah, jurnal ilmiah, atau sumber kepustakaan lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, baik penjelasan tentang metode yang dipakai, Teknik dan Instrumen. Bab ini juga berisi penjelasan rinci perihal pengumpulan data, analisis data dan penyajian analisis data.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang deskripsi data dari hasil wawancara, pengamatan dan pustaka. Dan pengolahan data yang merupakan perbandingan data lapangan dengan landasan teori.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan tentang simpulan dari hasil penelitian mengenai Strategi Program Siaran Acara Musik *Indie Air* di Radio Zora dan juga berisikan saran yang

peneliti berikan untuk dapat meningkatkan dan memperbaiki permasalahan yang timbul dalam siaran acara music *Indie Air* di radio Zora, Bandung.