

BAB III

ANALISIS DATA

3.1. Ruang Terbuka Hijau (RTH Band)

Ruang Terbuka Hijau Band atau yang biasa dikenal dengan RTH ini adalah band Indie Rock/Casual Rock yang lahir dari Kota Gorontalo, Indonesia pada tahun 2015. Terbentuknya band ini berawal dari 4 orang pemuda yang mempunyai hobi serupa yaitu bermusik dan referensi musik yang mereka dengarkan juga hampir sama karena berada dalam 1 lingkungan yang sama. RTH ini sudah sangat dikenal khususnya di wilayah kota Gorontalo, banyak gigs yang telah mereka jajah, mulai dari gigs skala kecil atau hanya anak-anak skena indie Gorontalo sampai gigs yang berskala nasional seperti “*Soundsations*” yang di inisiasi oleh salah satu perusahaan rokok besar di Indonesia yaitu Sampoerna. Nama Ruang Terbuka Hijau sendiri datang dari front man yaitu Bayu Djafar (Drummer) menjelaskan, “Nama Ruang Terbuka Hijau hanya terbesit sekilas saja dikepala dan setelah dipikir-pikir, RTH biasanya digunakan untuk istilah ruang hijau atau taman yang dibuat untuk masyarakat bersantai, sepertinya kalau dijadikan nama band seru juga. Dan kita juga kebetulan lumayan *concern* soal lingkungan dan kami pikir salah satu cara menyampaikannya yaitu lewat karya. Selain itu juga nama RTH terkesan simpel dan mudah diingat terlebih orang-orang sudah mengetahui istilah RTH hanya saja kali ini konteksnya berubah menjadi nama band”.

RTH terbentuk dengan formasi awal; Bayu Djafar (Drum), Kiky (Vokal), Tyo (Gitar), Bois (Bass). Secara musikalitas band ini dipengaruhi oleh band rock asal London, Inggris seperti *Placebo*, lalu ada band legendaris asal Crawley, Inggris *The Cure* dan band lokal seperti *FSTVLST & Morfem*. Dengan sentuhan efek distorsi dan *feedback* pada *riff* gitar, *sound* gitar yang cenderung terdengar lebih ditonjolkan membuat warna musik band ini mudah dikenal oleh kalangan pencinta musik indie di Kota Gorontalo. Lirik mereka yang banyak dilatar belakangi oleh pengalaman atau keresahan pribadi, percintaan, hingga menyuarakan kritikan akan isu sosial lingkungan.

3.1.1. Diskografi, *Timeline Release*, Sampul Album, & Formasi RTH

Tabel diskografi dibawah ini adalah informasi tentang *timeline* rilisan *single* dari RTH beserta sampul album, format perilisan, dan juga formasi band.

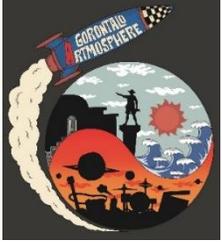
Tabel 3.1 Diskografi RTH

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Single Cover	Tahun Rilis	Judul	Formasi Personil	Format
	Tahun 2016	Persimpangan	<ul style="list-style-type: none"> • Bayu (Drum) • Bois (Vokal) • Tyo (Gitar) • Ancut (Bass) 	CD

Tabel 3.2 Kompilasi RTH

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Sampul & Judul Kompilasi	Label	Judul Lagu	Formasi Personil	Format
Artivitus Compilation (2018) 	Gorontalo Artmsphere	Persimpangan	<ul style="list-style-type: none"> • Bayu (Drum) • Bois (Vokal) • Tyo (Gitar) • Ancut (Bass) 	<ul style="list-style-type: none"> • CD • Digital Store
Gorontalo Artmsphere Vol. 2 (2019) 	Gorontalo Artmsphere	Kesana	<ul style="list-style-type: none"> • Bayu (Drum) • Bois (Vokal) • Tyo (Gitar) • Ancut (Bass) 	CD

3.1.2. Rangkain *Gigs & Agenda Promosi*

Berikut ini adalah rangkaian agenda *gigs & promosi* dari band RTH yang telah dilakukan dalam kurun waktu 6 tahun sejak mereka terbentuk (telah dikurasi oleh penulis).



2016
Promo Launching
Single
"Persimpangan"



2016
Gorontalo Urban
Lot Festival



2016
Project Suka-Suka
Present: Darurat Pop



2017
Project Suka-Suka Present:
Darurat Pop Vol.2



2017
Polopalo Music Present:
The Weekend Session



2018
Gorontalo Indie
Present: Weekend
Calling



2018
Gorontalo
Armosphere Present:
Artivitus Showcase



2018
Gorontalo Indie
Charity Event



2019
Soundsations:
Timur Bersuara
Experience



2019
Record Store Day
Gorontalo



2019
Gorontalo
Armosphere X
Hoya Kopi: Mix It
Up Vol. 3



2019
Gorontalo Artmsosphere:
A Rocket Vol. 2



2019
Gorontalo Artmsosphere:
Artmos Fest



2019
RRI Radio PRO 2 FM
Gorontalo: RTH Interview



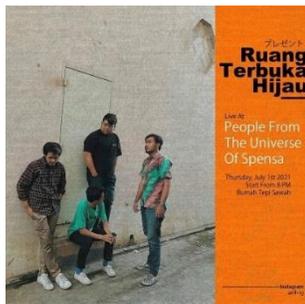
2019
IG Flyer Promo Single
Release



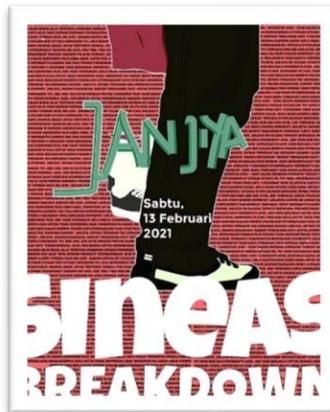
2020
Legend Co & Space



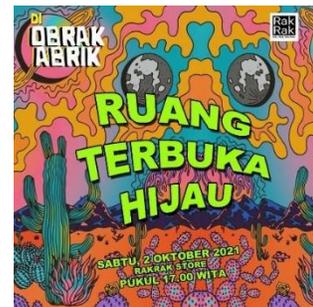
2020
Legend Co & Space:
Sineas Breakdown



2021
Live At People From
The Universe of
Spensa



2021
Legend Co Space:
Janjiya Sineas
Breakdown



2021
RakRak Store Present:
Di Obrak-Abrik RTH



2021
Polahi Album Launching:
Primitive



2021
Tapping in TVRI
Gorontalo: Music Let's Go



2022
Live At House From The
North: Youtube Channel

*Gambar 3.1 Rangkaian Agenda Gigs & Promosi RTH
(Sumber: Dokumentasi RTH, telah dikurasi kembali)*

3.1.3. Visual RTH

1. Personil RTH



*Gambar 3.2 Personil RTH
(Sumber: Dokumentasi RTH)*

2. Logo



Logo Tetap RTH (2016 - Sekarang)

Gambar 3.3 Logo Tetap RTH

(Sumber: Dokumentasi RTH)

Bayu Djafar menjelaskan selaku penanggung jawab seluruh visual dari RTH, logo ini dari awal dibuat dan langsung disepakati oleh seluruh personil. Menurutnya karena tidak lama setelah rekaman lagu pertama waktu itu ada keperluan untuk poster gigs perilisan single “*Persimpangan*” dan akhirnya para personil RTH sepakat bahwa mereka suka logo yang simpel, hanya *typeface* saja dan tidak menggunakan terlalu banyak elemen visual seperti band idola mereka Placebo & Morfem, sehingga terciptanya logo ini.

3. Rilis Fisik



Gambar 3.4 Satu-satunya rilis fisik RTH dengan format CD

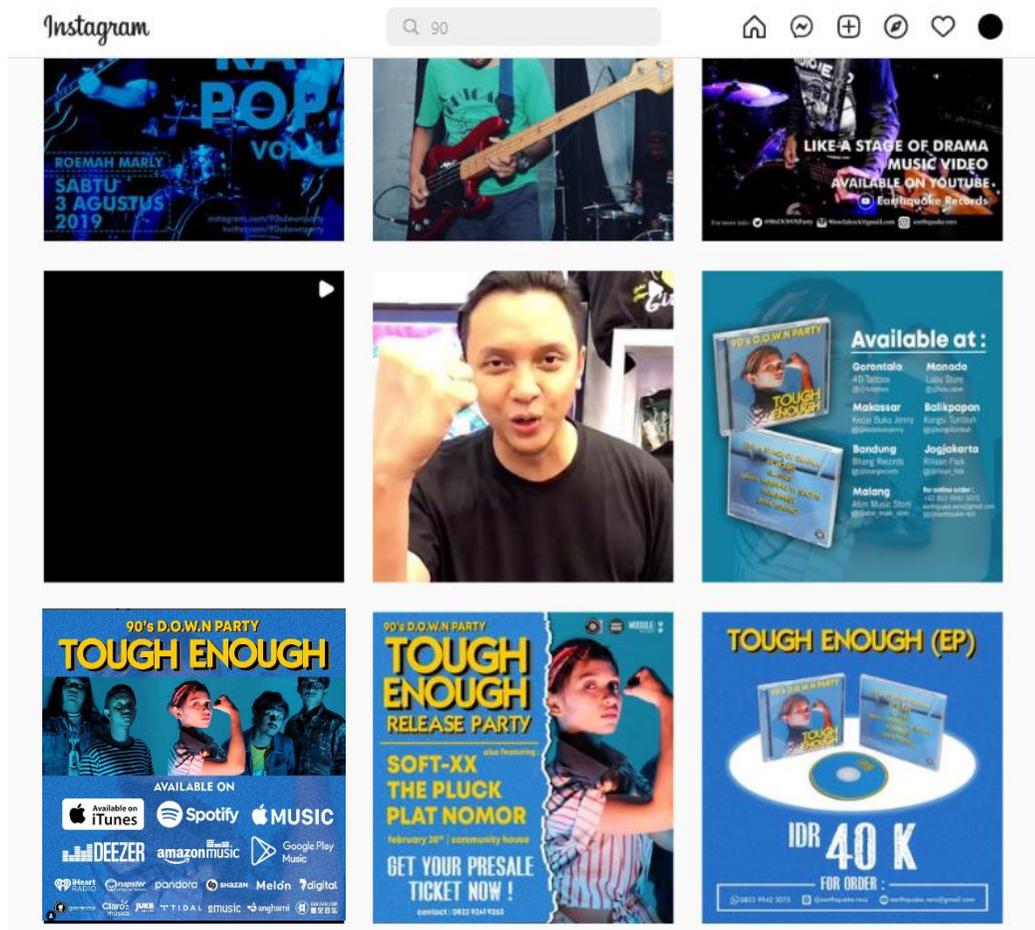
(Sumber: Dokumentasi RTH)

Rilis fisik diatas adalah satu-satunya rilis fisik berbentuk *CD* yang pernah mereka buat dengan jumlah yang sangat minim yaitu hanya 2pcs saja. *CD* ini dirilis pada saat *gigs* perilsan *single* pertama mereka *Persimpangan*. Bayu Djafar menjelaskan mereka sama sekali tidak berencana untuk mengeluarkan rilis fisik namun, karena *gigs* nya bertepatan dengan *Record Store Day*, jadi mereka langsung memutuskan untuk membuat rilis fisik yang sangat terkesan buru-buru ini. Karena menurut mereka rasanya tidak afdol sebagai sebuah band yang membuat *gigs* bertepatan dengan *Record Store Day* tapi tidak mengeluarkan rilis fisik.

3.2. Observasi

Observasi ini dilakukan menggunakan media sosial Instagram untuk mengetahui bagaimana agenda promosi khususnya promosi *EP* atau mini album dari band-band ber-genre sama dengan RTH yang umurnya tidak terpaut jauh dan juga memiliki pengaruh besar di skena band indie khususnya di wilayah Kota Gorontalo.

1. 90's D.O.W.N PARTY

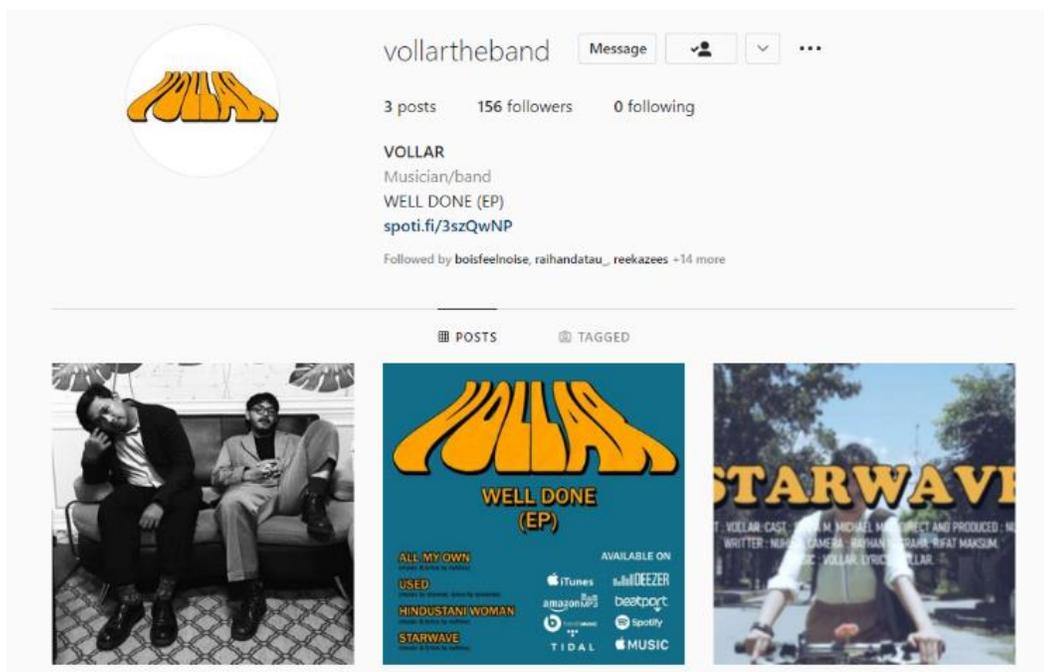


Gambar 3.5 Promosi perilisan EP dari band 90's D.O.W.N PARTY

(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2022)

90's D.O.W.N PARTY atau yang biasa disebut dengan Nineties ini adalah band bergenre *Indie Rock/Alternative Rock* yang terbentuk di Gorontalo pada tahun 2013 telah merilis EP terbaru mereka yang bertajuk *Tough Enough*. Mengeksekusi sampul album mereka dengan metode *photography* menampilkan seorang wanita yang mengepalkan tangannya. EP ini mereka dedikasikan untuk para perempuan yang sering ditindas dan sedikit menyinggung soal isu woman power. Nineties menggunakan media promosi utama dengan membuat *release showcase*, diikuti dengan media sosial, membuat rilisan fisik maupun digital, dan juga merchandise sebagai media pendukung.

2. Vollar



Gambar 3.6 Promosi perilisan EP dari band Vollar

(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2022)

Vollar, terbentuk pada 2017 silam memilih genre *Indie Rock/Surf Rock* sebagai tupoksi utama mereka, merilis EP terbarunya yang bertajuk *Well Done*, berisikan 4 *track* dan di *track* terkahir mereka menaruh lagu andalan mereka *Starwave* yang juga menjadi *Pre-Release* sebelum akhirnya EP ini dirilis secara penuh. Pada tahap *Pre-Release* mereka mengeluarkan video klip dari lagu *Starwave* yang dirilis di Youtube Channel untuk mencari atensi publik, dan pada saat perilisan EP *Well Done* mereka membuat *release showcase*.

3.3. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada beberapa target audience dan ahli atau pemerhati musik lokal Gorontalo untuk mendapatkan acuan dalam merancang media promosi yang akan digunakan pada project ini dan juga beberapa data tambahan.

3.3.1. Wawancara Bersama RTH

Wawancara bersama Bayu Djafar & Bois a.k.a Ryan Ibrahim selaku *front man* RTH ini diambil pada tanggal 22 - 25 April 2022 di sebuah kedai kopi sekaligus tempat membaca buku di Gorontalo. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui sejarah RTH secara lebih mendalam, perubahan formasi dari tahun ke tahun, seluruh diskografi karya dan *timeline* nya, hingga proses kreatif dan produksi untuk EP ini, cerita tentang dibalik EP ini siapa saja yang terlibat dan tujuan EP ini.

Bayu & Bois menjelaskan mereka menggarap EP ini masih dengan formasi yang bertahan sejak 2016 dan progressnya sudah sekitar 80% rampung untuk sesi rekaman lagu, 3 lagu sudah direkam termasuk proses *mixing & mastering*, tersisa 1 lagu lagi

yang belum di take karena jadwal anak-anak yang sering tabrakan. Sejauh ini total pengerjaan EP ini sudah berjalan sekitar 4 bulan, terhitung mereka mulai mengerjakannya sejak bulan Januari 2022. EP yang berisi 4 lagu ini dinamakan “*Kalut*”. Melalui EP ini mereka menyinggung soal isu-isu sosial yang sedang marak terjadi.

Bagi RTH sendiri EP ini sangat krusial karena ini adalah EP pertama mereka sejak terbentuk pada tahun 2015, mereka menjelaskan mulai dari proses kreatif dan proses perekaman lagu dikerjakan dengan detail dan *me-lead sound engineer* nya dengan sebaik mungkin agar *sound* dan *ambience* musiknya sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Mereka menambahkan bahwa EP ini diperuntukkan semua kalangan usia hingga profesi, tidak ada target yang spesifik.

EP ini total berisi 4 lagu, dengan 2 lagu lama dan 2 lagu dengan materi yang baru.

Berikut adalah *credits* orang-orang yang terlibat dalam pengerjaan EP *Kalut*:

- *All song written by RTH*
- *All lyrics by Bois*
- *Produced by RTH*
- *Recorded, Mixed, and Mastered at ILBI Record by Ilham Biahimo*

Berikut ini adalah lirik, *keyword*, dan makna dari semua lagu yang termuat dalam EP *Kalut*:

1. Kebencian

Semuanya telah usai bergelora tanpa tumbal

Sesat membabi buta tanpa Tuhan, meluap makin membesar ujaran kebencian

Dari pidato anjuran pejabat tinggi hingga Menteri

Alih-alih cinta kasih, tapi intoleransi harga mati

Pikir sesat sebenarnya tanpa Tuhan, justru segelintir orang itu

sedang menjauh dari apa yang dianutnya

Tanpa sadar menggelorakan perang akal sehat tidak terpakai

Bergerak, senyap, mengibarkan perang

Kebencian membabi buta, semakin tercerai berai

Mengadili sepihak, jari menuding umat

Pikiran sesat penuh kebencian

Alih cinta & kasih, padahal korupsi mortar

Pikiran sesat penuh kebencian

Keyword: Amarah, perbedaan, perlawanan, egois

Tentang problematika orang-orang yang berbeda pendapat atau pandangan terhadap sesuatu hal hingga saling bakuhantam hingga menjatuhkan atas dasar ego masing-masing

2. Kendali Setan

Terasa pening kesadaran

Yang menghilang

Tergila-gila karena

Jatuh cinta

Terikat lepas

Dan membalas

Menembus kasam keras

Tak berbekas

Perasaan lenyap terlupakan

Membuang harapan membangun

Tuntutan

Tersesat diluar angkasa

Dihantui lubang suara

Terbang tinggi

Entah kemana

Kekesalan robohkan dinding kamar

Tinggalkan landasan

Dan pergi ke planet mars

Keyword: Sedih, stress, pikiran kacau

Perasaan seorang anak lelaki yang takut dan sedih ketika melihat/merespon kondisi sosial yang sedang kacau

3. **Kesana**

Kabutnya malam kelam
Resah meresahkan orang
Berbisik-bisik angin menggelitik
Simponi langit bernyanyi

Mencari jawaban yang tak pasti
Bawa ku kesana kesini
Alam yang diampun jadi saksi
Yang dicari tak berarti

Ku tak tahu harus kemana
Jalan pulang bukan jawaban

Mana, mana jawaban
Kesana bukan jawaban
Rahasia selalu menghadang
Esok lusa dan seterusnya

Keyword: Gelisah, bingung, mencari jawaban

Proses mencari jati diri, bingung mencari jawaban tentang arti kehidupan, makin dewasa semakin rumit masalah, pikiran tertekan.

4. **Persimpangan**

Di keramaian kota
Di sudut jembatan
Ku bertemu dengannya
Gadis parahyangan

Artikulasi senja
Tinggi kedalaman
Dibalutan busana
Pahitnya kenyataan

Aku terpikat
Di persimpangan jalanan tua
Aku terpikat
Di bangunan tua yang membentang luas

Kenakalan remaja bingkai kemaksiatan
Merusak paradigma di era kemunduran
Deluksi kosa kata gambaran kebosanan

Amarah tak ada
Yang tersisa harapan

Keyword: Labil, generasi muda, kenakalan remaja

Kelabilan/perasaan tertekan generasi muda dalam menentukan pilihan khususnya yang tinggal di tengah-tengah kota

3.3.2. Wawancara Bersama *Target Audience*

Wawancara dilakukan kepada target audience yaitu para penikmat musik indie lokal Gorontalo yang tidak terlalu mengikuti band RTH namun mengenal band ini dan kepada pengikut band RTH yang dari awal hingga sekarang. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui keinginan dari para penikmat musik indie dan pengikut band RTH tentang apa yang diharapkan terutama terhadap EP perdana yang akan dirilis ini.

Wawancara tahap ini dilakukan kepada para penikmat musik indie yang mengenal RTH tapi tidak terlalu mengikutinya. Ada 5 orang narasumber yang semuanya berdomisili di Kota Gorontalo dan berusia rata-rata 19 - 23 tahun. Diantaranya adalah, Atat (20 tahun), Rangga (22 tahun), Nyong (19 tahun), Steve (20 tahun), dan Oncong (23 tahun). Berikut poin hasil wawancara yang telah didapatkan:

- a. Mereka mengetahui kehadiran RTH melalui poster gigs yang diposting di Instagram.
- b. Dalam hal *merchandising* sangat disayangkan karena RTH sama sekali belum pernah mengeluarkan *merchandise*, terutama zaman sekarang membeli *merchandise* dari sebuah band menjadi salah satu hal wajib untuk para penikmat musik indie, artwork maupun visual yang ditampilkan pada *merchandise* juga menjadi salah satu alasan utama pembeli.
- c. Kualitas musikalitas RTH terbukti dengan 2 lagu yang mereka rilis sebelumnya yaitu *Persimpangan & Kesana*. Alangkah baiknya jika karya yang bagus dibarengi juga dengan visual yang bagus.

- d. Harapannya terhadap EP yang akan dirilis ini adalah terutama dari segi visual seperti sampul album yang lebih menarik, juga merepresentasikan EP dan citra band itu sendiri. Mengeluarkan *merchandise* dengan menampilkan visual yang *proper* dan mumpuni juga akan sangat ditunggu-tunggu oleh mereka. Terlebih sebuah band sangat identik dengan fashion, akan mempunyai perasaan emosional tersendiri saat memakai merchandise band yang mereka sukai baik dari segi visual maupun karya lagunya.
- e. Era sekarang media sosial seperti Instagram sangat berpengaruh terutama dalam hal promosi yang masif.

Pada tahap ini wawancara dilakukan terhadap mereka yang mengikuti perjalanan dari RTH dan hampir tidak pernah absen ketika RTH masuk ke dalam *line up* sebuah *gigs*. Terdapat 5 pengikut RTH yang hampir semuanya berdomisili di Gorontalo, dari 5 orang tersebut hanya 2 orang yang sedang melanjutkan studi kuliahnya di luar daerah seperti Jakarta & Bandung yang kisaran usia dari semuanya adalah 22 - 29 tahun. Diantaranya adalah Dansky (22 tahun), Aldy (25 tahun), Dody (27 tahun), Babay (28 tahun), dan Kaisar (29 tahun). Berikut poin-poin hasil wawancara yang didapatkan:

- a. Ketika pertama kali mendapat kabar bahwa dalam waktu dekat RTH akan merilis EP perdana mereka, seperti mendapat angin segar, karena selama ini mereka hanya selalu mengandalkan 2 lagu hits mereka *Perismpangan* dan *Kesana*.

- b. Mereka mengharapkan pada perilisan EP ini agar RTH membuat rilisan fisik seperti CD atau kaset pita, serta merchandise dalam bentuk apapun karena sudah sangat dinantikan sejak lama, tentunya juga dengan tampilan visual yang lebih diperhatikan dan lebih baik dari sebelumnya.
- c. Adanya agenda gigs atau showcase pada saat perilisan juga menjadi harapan utama karena menurut mereka itu adalah salah satu cara efektif untuk bernostalgia dan bertukar energi dengan semua personil RTH dalam sebuah show. Terlebih sudah 2 tahun belakangan pertunjukkan musik tidak berjalan karena pandemi, jadi mereka menambahkan bahwa akan sangat menyenangkan jika ada *showcase release*.
- d. Tetap konsisten untuk berkarya dan tetap tumbuh ditengah-tengah para pengikutnya.
- e. Mereka mengharapkan ada kejutan atau materi yang lebih segar dalam EP ini. Dari aspek visual juga termasuk yang diharapkan.

3.3.3. Wawancara Dengan Jurnalis Musik

Wawancara juga dilakukan dengan Jurnalis Musik asal Gorontalo yang sudah malang melintang dan memiliki *network* yang luas khususnya di dunia musik indie nasional. Beliau adalah Irwanto Achmad a.k.a Iwan Dije, yang juga berprofesi sebagai seorang *Disc Jockey*, *band manager*, juga sebagai petinggi atau senior di skena musik indie Gorontalo sejak tahun 1999. Wawancara yang dilakukan secara tertulis dan melalui via telepon ini bertujuan untuk mengetahui dari *P.O.V* atau opini Iwan mengenai aktivitas sebuah band dalam melakukan promosi, pengaruh sampul album pada band, dan beberapa hal lainnya yang bersangkutan. Berikut poin-poin yang didapatkan berdasarkan hasil wawancara:

- a. RTH memiliki materi band dan selera musik yang bagus, memang terdengar relatif jika bicara soal selera, namun menurutnya mereka sudah mempunyai bekal dan bisa ikut bersaing meramaikan kancah musik nasional. Hanya saja masih banyak yang harus dibenahi terutama dari segi packaging atau kemasan band ini seperti logo, visual yang ditampilkan pada karya dan agenda promosi ketika merilis sebuah karya.
- b. Untuk sebuah karya album atau mini album, visualisasi adalah hal terpenting selain musik dan materi karyanya, karena pada dasarnya indra yang pertama kali beririsan langsung dengan sesuatu adalah indra penglihatan, sehingga bisa dibidang juga wujud visual secara keseluruhan dari sebuah karya adalah aspek krusial.

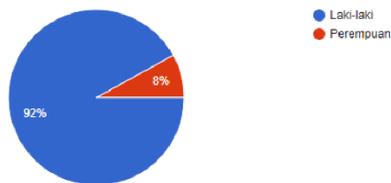
- c. Menurutnya bagi band yang berasal dari daerah apalagi diluar daerah pulau Jawa, memang agak sedikit *tricky* untuk bisa menembus pasar nasional, mengingat *network* yang terbatas ke kota-kota besar yang lebih banyak memiliki *record label* ternama, dan juga memiliki pasar atau peminat yang besar. Iwan Dije mengatakan, untuk sebuah band yang berasal dari daerah kecil khususnya luar Jawa, jika ingin menembus kancah nasional maka tentunya harus konsisten dalam berkarya, terus mengembangkan *packaging* dari band tersebut terutama aspek visual yang *proper* dan mumpuni dalam merilis apapun, entah itu album, mini album, maupun single dibarengi dengan promosi yang masif dan efektif.
- d. Dari pengalaman saya, kebanyakan sampul album band rock yang *stand out* dan *eye catching* sebagian besar pasti selalu menggunakan teknik ilustrasi. Terlihat lebih mempunyai effort dan meaningful, beda halnya dengan sampul album yang dieksekusi dengan teknik *photography* seperti album *Nevermind* dari *Nirvana* perlu pemahaman mendalam dan sangat *segmented*.

3.4. Kuesioner

Kuesioner disebarikan melalui google form dari tanggal 1 - 10 Juni melalui platform sosial media dengan responden sebanyak 46 orang. Kuesioner ini dibuat bertujuan untuk mengetahui kemauan dari para pengikut band RTH serta untuk mendapatkan data-data tambahan pendukung lainnya.

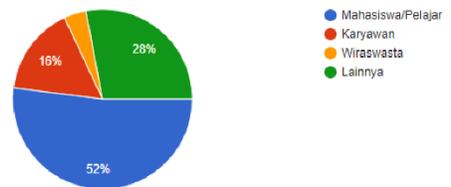
Jenis Kelamin?

46 responses



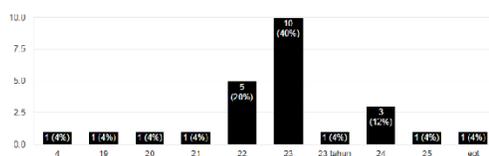
Pekerjaan Kamu?

responses



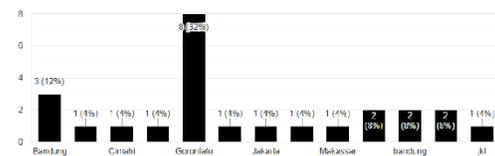
Umur Kamu?

46 responses



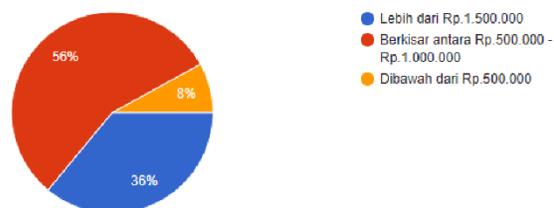
Domisili Kamu?

46 responses



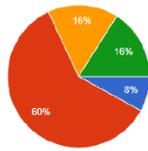
Berapa uang saku atau pendapatan kamu dalam sebulan?

46 responses



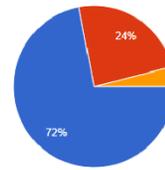
Berdasarkan kuesioner, jenis kelamin dari para penggemar yaitu hampir seluruhnya laki-laki berdomisili Kota Gorontalo, memiliki usia 20-23 tahun, dan mempunyai uang saku sebanyak Rp.500.000 - Rp.1.000.000 dalam sebulan.

Kenapa si, kamu mau membeli rilisan fisik dari sebuah band?
46 responses



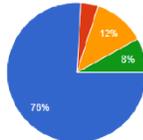
- Karena seneng aja gitu mengoleksi rilisan fisik band
- Kalo artwork atau visual secara keseluruhan yang ditampilkan menarik, pasti beli!
- Fans fanatik sama bandnya!
- Support band lokal

Antum suka ga, kalo "kata kunci" setiap lagu yang termasuk dalam sebuah album di visualisasikan?
46 responses



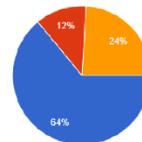
- Suka
- Mungkin
- Tidak suka

Kalo merchandise biasanya suka beli apa bray?
46 responses



- T-Shirt
- CD/Kaset/ Tape/Vinyl
- Poster
- Accessories: Tool, Gelera, Pin, Totetad
- Hoodie/Crewneck

Menurut kamu, penting gaksi kalo ada sebuah band yang mau rilis album baru, terus ada "gigs release" nya?
46 responses



- Penting banget! Sebagai sebuah band yang akan melancarkan karya baru, tentu saja berfikir tentang para audience adalah hal wajib
- Cak juga si, kayanya umumin di medsos aja cukup ko
- Kalo ada ya bagus, kalo ga juga gapepa

Responden paling banyak memilih membeli rilisan fisik band dari band yang mereka suka. Hampir seluruh responden membeli merchandise t-shirt dan biasanya mereka membeli sebuah rilisan fisik karena tertarik dari kemasan visual yang ditampilkan.

Dari beberapa gambar teknik desain dibawah ini, pilih 1 gambar teknik desain yang lau suka



Gambar 1



Gambar 2



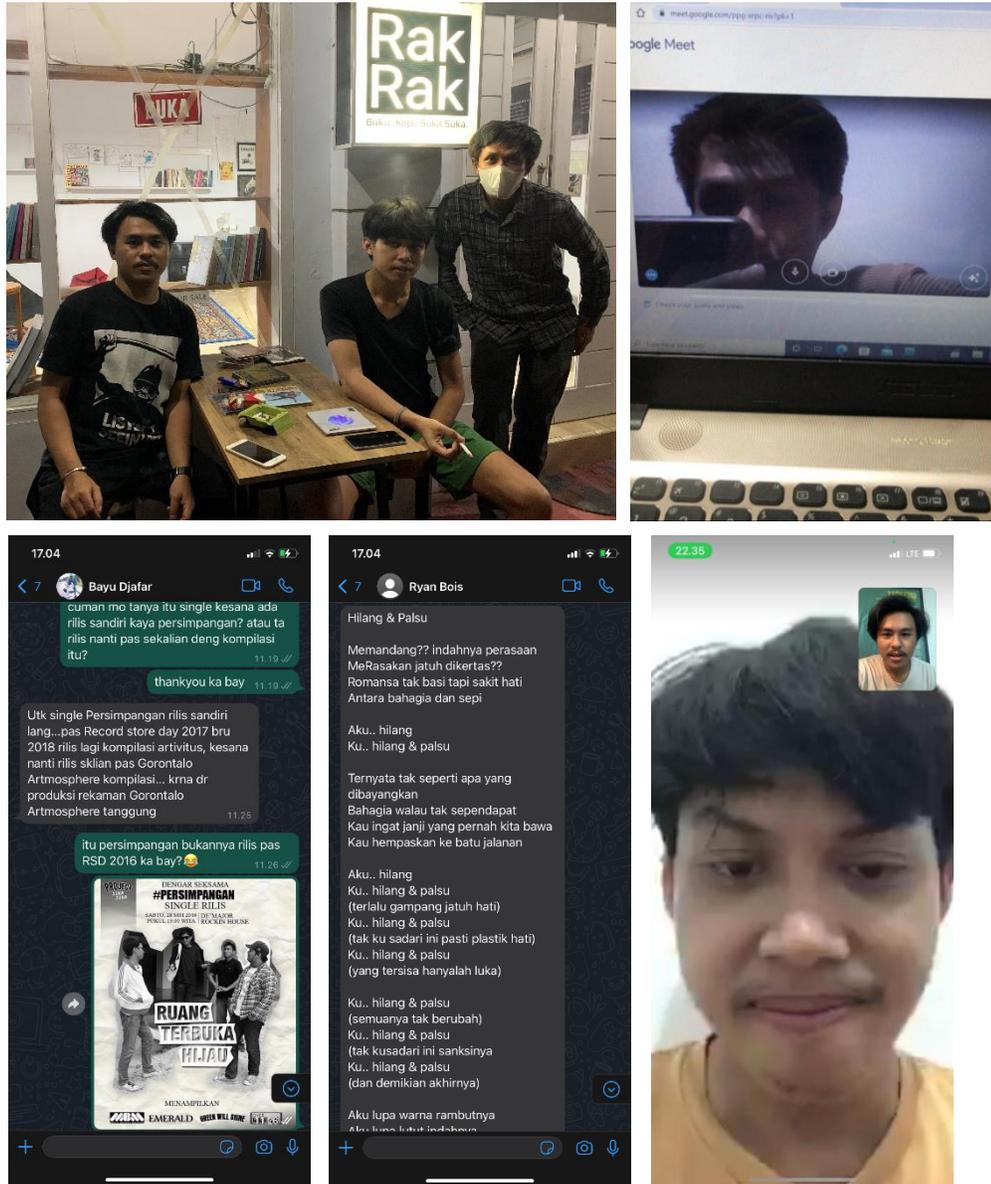
Gambar 3



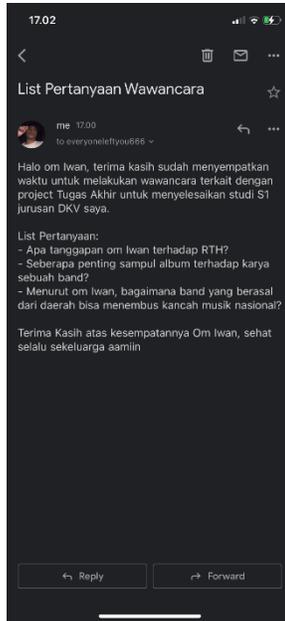
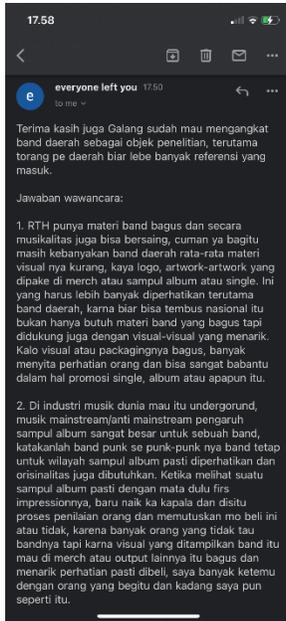
Gambar 4

Sebagian besar responden memilih gambar nomor 4 sebagai Teknik desain yang mereka suka yakni teknik ilustrasi.

3.5. Dokumentasi



*Gambar 3.7 Wawancara bersama Front Man RTH
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2022)*



*Gambar 3.8 Wawancara bersama Target Audience & Jurnalis Musik
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2022)*

3.6. Data & Analisis Target

Data dan analisis target adalah data atau informasi lengkap terhadap *main* dan *secondary* target.

3.6.1. Persona

1. Demografis

Untuk *main target* yang akan disasar adalah mereka para pendengar & pengikut RTH yang beradaa di wilaya Gorontalo lalu kemudian *secondary target* adalah para penikmat dan mengikuti musik indie secara umum yang tersebar diseluruh Indonesia namun khususnya di wilayah Gorontalo. Berikut informasi target berdasarkan wilayah demografis:

- Target : Pendengar RTH & Penikmat Musik Indie
- Usia : Remaja - Dewasa (17 - 30 tahun)
- Gender : Pria
- Status : Menikah & Belum menikah
- Profesi : Pelajar, Mahasiswa, Pekerja Kantoran, & *Freelance*
- Pendidikan : SMA & Perguruan Tinggi (diploma/sarjana)
- Pendapatan : Uang saku & Gaji
- SES : Menengah keatas

2. Geografis

- Kota Gorontalo
- Perkotaan
- Urban

3. Psikografis

- Penyuka/pendengar musik indie khususnya rock
- Penggemar dan mengikuti RTH
- Mengapresiasi musik dengan cara membeli merchandise/rilisan fisik
- Sering menghadiri gigs band
- Gemar mengoleksi rilisan fisik dan merchandise

4. Preferensi

- Music Enthusiast
- Indie Rock/Alternative Rock

5. Personifikasi Target Audience

Tabel 3.3 Personifikasi Target Audience

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

	<p>Dody Paneo Penyiar Radio <i>PRO 2 RRI</i> Gorontalo 28 tahun SES B Penyiar di Lembaga Penyiaran Publik Kendaraan Pribadi Motor Gaji perbulan 2.500.000</p>
---	--

Target berikut adalah seorang penyiar radio disalah satu Lembaga Penyiaran Publik. Target belum menikah dan memiliki gelar Sarjana Hukum. Keseharian target adalah datang ke kantor menggunakan kendaraan pribadi untuk melakukan penyiaran namun pada jam yang berbeda yaitu sesuai jadwal yang ditentukan atasan, kadang pagi, kadang juga mengisi segmen penyiaran malam, sesampainya dikantor, menyalakan sound system dan alat lainnya untuk siaran, mengecek handphone, komputer, mengecek brief siaran, dan melakukan pekerjaannya.

Target juga adalah seorang yang aktif di skena musik indie lokal Gorontalo juga seorang drummer dari beberapa band antara lain *90's D.O.W.N PARTY* dan *Softxx*, band yang ber-genre *Rock* dan *Psychedelic Garage*. Target sering menghadiri gigs, mengikuti perkembangan skena musik lokal/nasional dan gemar membeli merchandise band. Band idolanya yaitu *Seringai* dan ingin sekali bertemu dengan *Arian13* vokalis *Seringai* untuk memberikan kaset demo dari bandnya.



Rezaldy Bitala

Customer Service

24 tahun

SES B

Karyawan di JNE

Kendaraan Pribadi Motor

Gaji perbulan 2.800.000

Target yang kedua berprofesi sebagai *customer service* atau melayani konsumen yang akan mengirim barang ke luar daerah, disalah satu perusahaan swasta ekspedisi pengiriman barang. Target belum menikah dan tidak memiliki gelar sarjana. Keseharian target yaitu berangkat ke kantor menggunakan kendaraan pribadi pukul 8 dan selesai pukul 5 sore. Sesampainya dikantor target membersihkan kantor cabang, menyalakan komputer, dan melakukan pekerjaannya seharian berhadapan dengan monitor komputer sampai selesai. Setelah maghrib atau isya target paling sering nongkrong disalah satu distro yang ada di Gorontalo bersama anak-anak lain yang notabene distro itu adalah tempat berkumpulnya anak-anak yang *fashion enthusiast*.

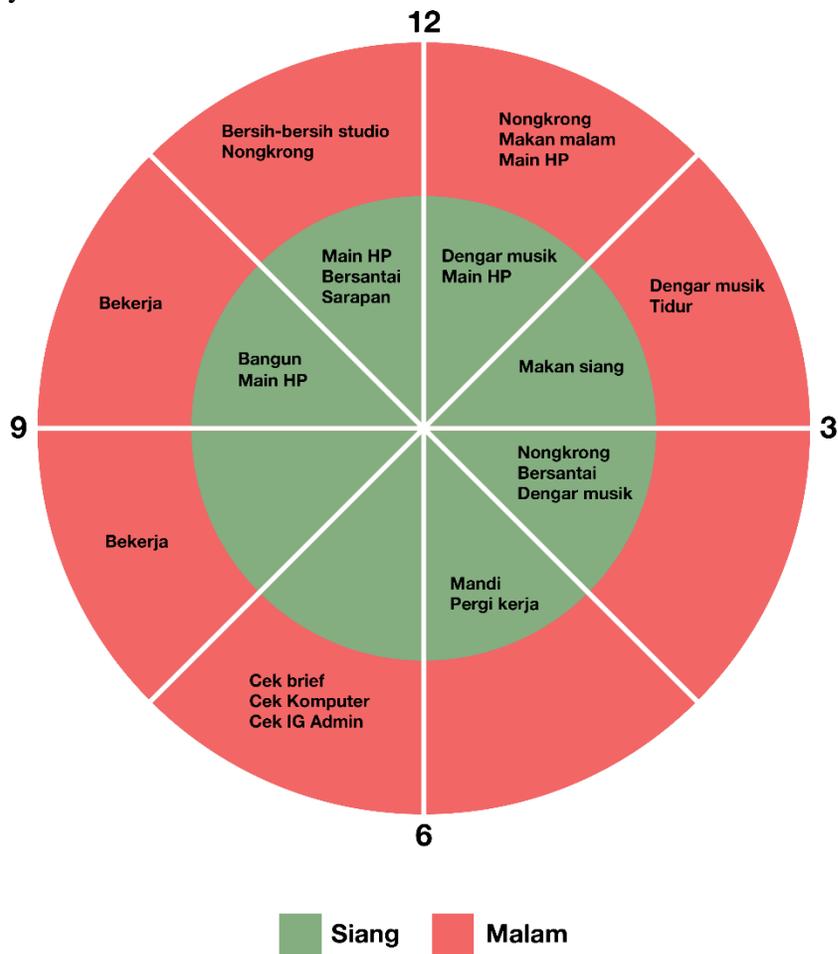
Target juga merupakan gitaris band ber genre *Hardcore* yaitu *From Hell To Heaven*, dan terkadang dipanggil menjadi *additional player* oleh band-band lain juga. Aktif berpartisipasi dalam skena lokal, hobi mendatangi gigs dan gemar mengoleksi merchandise band terutama T-Shirt Band. Target mendengarkan berbagai genre namun kebanyakan genre *Rock*, *Alternative Rock*, dan *Grunge*.

3.6.2. Consumer Journey

Untuk mendapatkan data dari *customer journey*, sampel data yang diolah yaitu berdasarkan data target audience dan personifikasi *target audience*. Berikut hasil customer journey yang telah didapatkan:

Target Audience 1

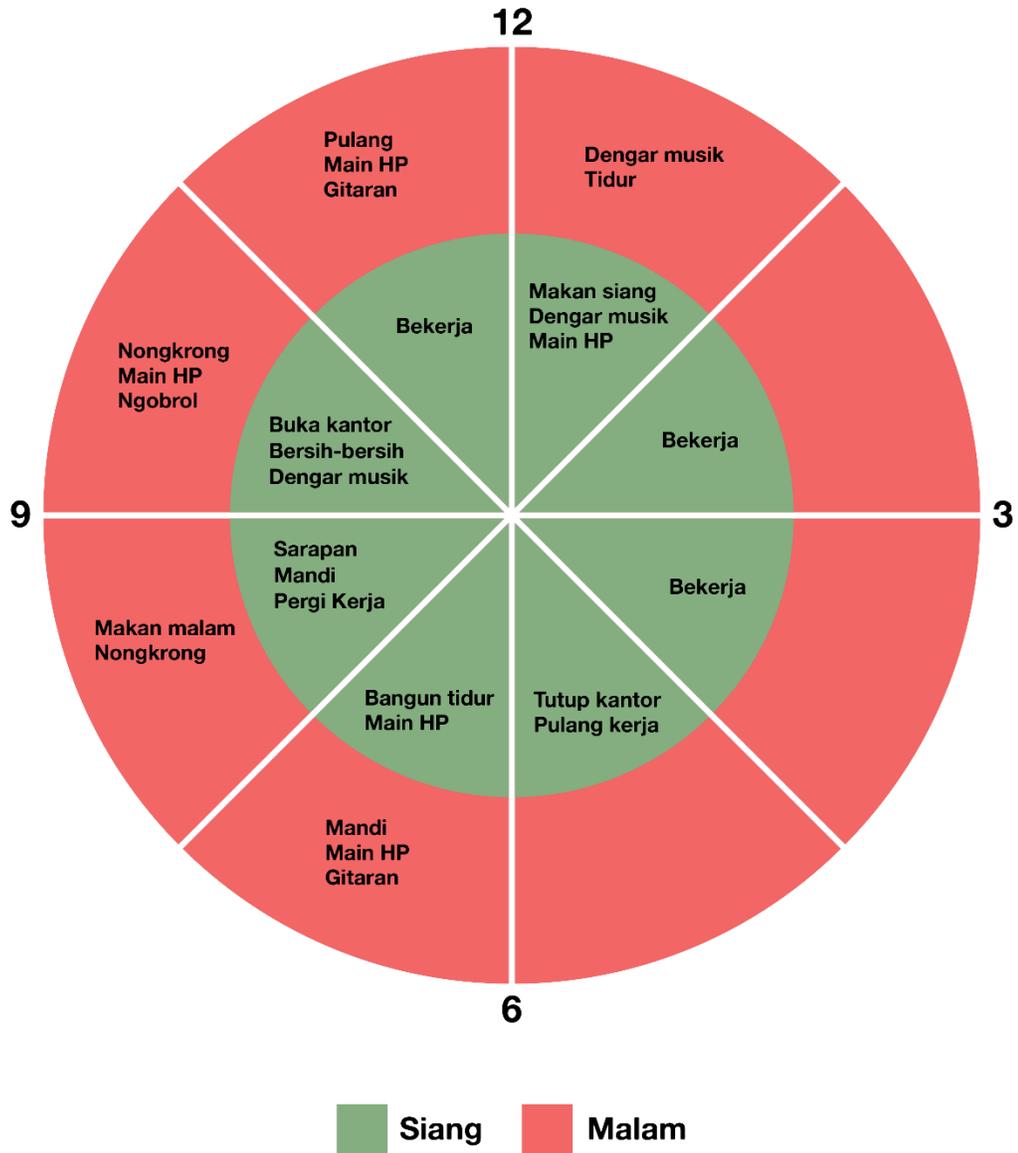
Dody Paneo



Gambar 3.9 Consumer Journey
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2022)

Target Audience 2

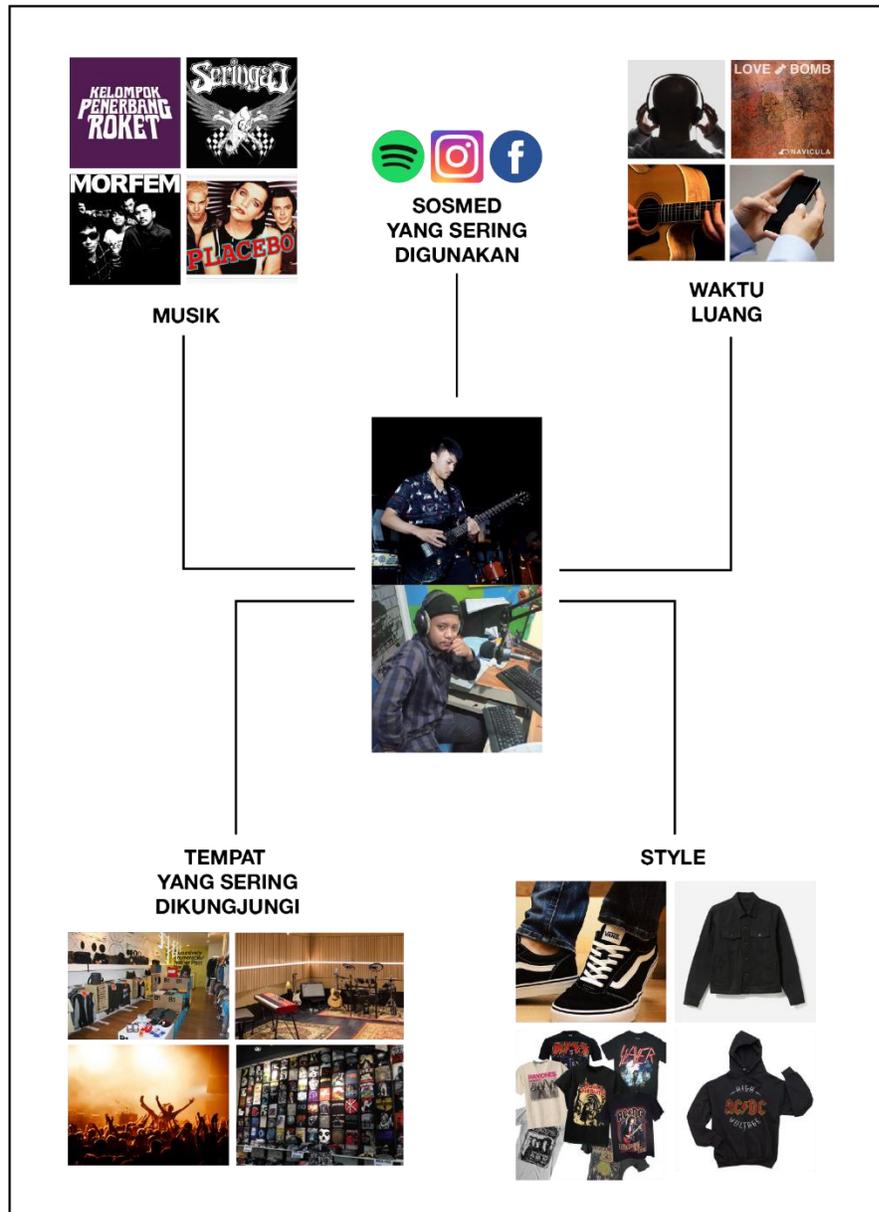
Aldy Bitala



Gambar 3.10 Consumer Journey
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2022)

3.6.3. Consumer Journey Visual

Penulis mendapatkan data *Consumer Journey Visual* berdasarkan aktivitas apa saja dan *brand* yang digunakan oleh target.



Gambar 3.11 *Consumer Journey Visual*

(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2022)

3.6.4. Preferensi Visual/Moodboards

1. Referensi Visual

Secara keseluruhan, penulis mengamati dan mencermati dari beberapa sampul album band indie lokal dan internasional yang ber-genre *Indie Rock*, *Alternative Rock*, *Stoner Rock* & *Punk Rock*.

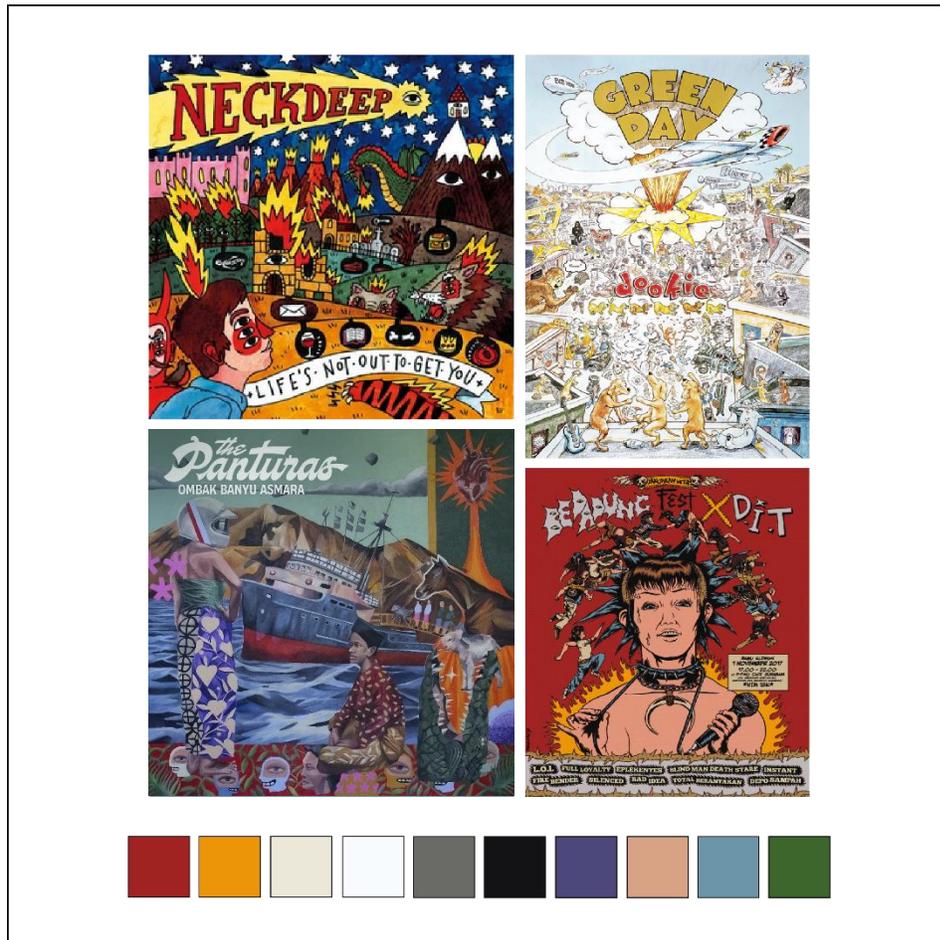


Gambar 3.12 Referensi Visual
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2022)

Berdasarkan referensi diatas maka bisa disimpulkan, penulis akan membuat perancangan mini album beserta promosinya menggunakan teknik gambar ilustrasi dengan *outline* yang jelas, menggunakan garis arsir sebagai bayangan dan disesuaikan dengan warna-warna yang dipilih.

2. Moodboards

Moodboards adalah komposisi gambar yang dibuat sebagai referensi untuk menentukan ide dari desain yang akan dibuat.



Gambar 3.13 Moodboards

(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2022)

Moodboards dan *palette* warna yang dipilih berdasarkan observasi musik dan genre band. Data pendukung juga berdasarkan hasil wawancara, kuesioner dan referensi musik dari target.

3.7. Analisis Permasalahan

Semua permasalahan diatas akan dianalisa menggunakan metode *SWOT* kemudian menentukan *What To Say* dan kesimpulannya.

3.7.1. Analisis SWOT

Strength/Kekuatan	Weakness/Kelemahan
<ul style="list-style-type: none">- Band ber-genre casual rock yang kritis terhadap isu lingkungan sosial- Materi EP perdana yang segar- Memiliki nama yang unik- Lirik yang tegas, lugas, dan sarkastik	<ul style="list-style-type: none">- Belum mempunyai karya berupa mini album maupun album- Masih berskala Kota Gorontalo dan Kota Manado saja- Belum memiliki merchandise atau rilisan fisik
Opportunity/Peluang	Threat/Ancaman
<ul style="list-style-type: none">- Akses membuat rilisan fisik yang sudah sangat mudah dijangkau- Referensi visual banyak bertebaran dimana-mana- Pertumbuhan teknologi seperti media promosi digital yang semakin berkembang.- Membantu menyuarakan kritik sosial yang dilakukan oleh kebanyakan band	<ul style="list-style-type: none">- Band baru yang berdatangan dengan packaging yang lebih menarik- Band ber-genre sama yang memiliki SDM yang lebih terstruktur.- Standarisasi band oleh record lable yang semakin tinggi

Tabel 3.4 Analisis SWOT

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022)

Strength - Opportunity	Weakness - Opportunity
Memanfaatkan <i>EP</i> yang akan dirilis ini untuk menjaga eksistensi band.	Membuat rilisan fisik dan menggunakan media sosial sebagai platform promosi untuk menggait pendengar baru.
Strength - Threat	Weakness - Threat
Memanfaatkan <i>EP</i> perdana yang akan dirilis ini dibarengi dengan promo dan kemasan visual yang lebih <i>proper</i> untuk bisa bersaing dengan band pedatang baru dan bisa menarik perhatian <i>record lable</i> .	Terus memaksimalkan karya dari segala aspek, mulai dari materi, audio, dan visual. Membuat ide kreatif dalam kemasan rilisan fisik dan merchandise <i>EP</i> .

Berdasarkan matrikulasi dari *SWOT* diatas dapat disimpulkan bahwa mengingat banyak band yang berdatangan dengan ide, konsep kreatif, dan rilisan fisik yang mumpuni, RTH sangat dituntut untuk secepatnya merilis karya album/mini album, membuat rilisan fisik untuk menjaga eksistensi mereka dan memperluas pasar maupun pendengar ke khalayak yang lebih besar lagi didukung dengan media promosi pendukung seperti *merchandise* mengingat RTH belum pernah membuat merchandise band sendiri. Tentunya mereka harus memanfaatkan karya ini dengan sebaik mungkin karena selain aktivitas band dan promosi, reputasi sebuah band sangat bergantung pada kualitas materi karya yang dibuat.

3.7.2. What To Say

Keyword: Kritik, sedih, *chaotic*, & amarah

Keyword diatas didapatkan melalui pesan-pesan yang terkandung dalam lagu-lagu yang ada di EP ini. *Keyword* itu juga yang akan disampaikan lewat sampul mini album dan beberapa output lain nantinya.

3.7.3. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan permasalahan diatas, pesan yang ingin disampaikan kepada target audience adalah bahwa RTH akan merilis EP perdana mereka yang terdiri dari 4 lagu dengan materi yang memiliki karakter kuat. EP itu dinamakan *Kalut*, dimana pada EP perdana mereka ini mereka menyinggung soal isu sosial yang marak terjadi di Indonesia. Nama *Kalut* adalah kata lain dari kacau, kacau dalam artian secara keseluruhan, kacau pikiran, keadaan atau situasi dan semua itu digambarkan dalam satu kesatuan sebuah gambar sampul album.