

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Peran Konten Visual dalam Promosi Band Sarimanah melalui Media Sosial Instagram”. Latar belakangnya adalah pentingnya konten visual sebagai instrumen promosi digital bagi musisi independen yang bersaing merebut perhatian audiens. Band Sarimanah, unit musik independen Bandung–Sumedang, aktif mempromosikan karya melalui Instagram @sarimanahambient dengan estetika *low key*, *earth tone*, pencahayaan dramatis, dan komposisi minimalis. Tujuan penelitian ini adalah menggali dan mendeskripsikan peran konten visual dalam promosi Band Sarimanah melalui Instagram. Perspektif yang digunakan adalah Teori Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer dengan tiga premis: meaning, interaction, dan interpretation/*self indication*. Metode penelitian adalah kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi unggahan, dokumentasi screenshot foto, *caption*, interaksi audiens, serta wawancara mendalam dengan personel band dan pengelola akun sebagai informan kunci, serta pengikut aktif @sarimanahambient sebagai informan pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada dimensi *meaning*, audiens memaknai simbol visual pencahayaan *low key*, *earth tone*, komposisi minimalis, dan sudut pandang intim sebagai representasi suasana musik yang intim, melankolis, hangat, misterius, dan kontemplatif. Pada dimensi *interaction*, interaksi sosial di Instagram berupa komentar, *like*, dan *share* berperan mengonstruksi makna identitas band; audiens saling bernegosiasi untuk mencapai pemahaman bersama. Pada dimensi interpretation, audiens melakukan *self indication* sebelum merespons konten, sehingga makna visual bukan “diberikan” oleh band, melainkan “dinegosiasikan” melalui interaksi di ruang digital. Dengan demikian, konten visual berperan penting sebagai medium komunikasi yang membentuk identitas dan citra merek Band Sarimanah, sekaligus menjadi instrumen promosi bagi musisi independen di era digital..

Kata Kunci: Konten Visual, Promosi Band, Instagram, Interaksionisme Simbolik, Band Sarimanah.

ABSTRACT

This study is entitled “The Role of Visual Content in the Promotion of Band Sarimanah through Instagram Social Media.” It is motivated by the importance of visual content as a promotional instrument in the digital era, particularly for independent musicians who must compete for audience attention amid the flood of information on social media. Band Sarimanah is an independent music unit from Bandung–Sumedang that actively promotes its work through the Instagram account @sarimanahambient. Its visual content often features a low key aesthetic, earth tone color scheme, dramatic lighting, and minimalist composition, although it is not always bound to a single color palette. This study aims to explore and describe the role of visual content in promoting Band Sarimanah through Instagram. It employs Herbert Blumer’s Symbolic Interactionism, focusing on three main premises: meaning, interaction, and interpretation/self indication. The method used is qualitative descriptive. Data were collected through observation of visual content uploads, documentation in the form of screenshots of photos, captions, and audience interactions, as well as in-depth interviews with informants: Band Sarimanah personnel and the account manager as key informants, and active followers of @sarimanahambient as supporting informants. The results show that in the meaning dimension, the audience interprets Sarimanah’s visual symbols low key lighting, earth tones, minimalist composition, and intimate point of view as representations of an intimate, melancholic, warm, mysterious, and contemplative musical atmosphere. In the interaction dimension, social interaction on Instagram (comments, likes, shares) plays an important role in constructing meaning about the band’s identity, where the audience negotiates to reach a shared understanding. In the interpretation dimension, the audience performs self-indication (internal dialogue) before responding to the content, indicating that Sarimanah’s visual meaning is not “given” by the band but “negotiated” together through interaction in digital space. Thus, visual content plays an important role as a communication medium that shapes Band Sarimanah’s identity and brand image, as well as a promotional instrument for independent musicians in the digital era.

Keywords: *Visual Content, Band Promotion, Instagram, Symbolic Interactionism, Band Sarimanah.*

RINGKESAN

Ieu panalungtikan judulna “Peran Konten Visual dina Promosi Band Sarimanah ngaliwatan Media Sosial Instagram”. Kasang tukangna nyaéta pentingna konten visual minangka instrumen promosi di jaman digital, hususna pikeun musisi independen anu kudu silih adu pikeun ngarebut perhatian audiens di tengah lobana informasi dina media sosial. Band Sarimanah nyaéta unit musik independen ti Bandung–Sumedang anu aktip ngapromosikeun karya ngaliwatan akun Instagram @sarimanahambient, kalayan konten visual anu mindeng némbongkeun éstétika *low key*, skéma warna *earth tone*, cahaya dramatis, jeung komposisi minimalis, sanajan teu salawasna patok kana hiji palét warna. Ieu panalungtikan boga tujuan ngagali jeung ngadéskripsikeun peran konten visual dina promosi Band Sarimanah ngaliwatan Instagram, ngagunakeun perspéktif Téori Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer anu museur kana tilu prémis: *meaning* (makna), *interaction* (interaksi sosial), jeung *interpretation/self indication* (interpretasi/panunjukan diri). Méthode anu digunakeun nyaéta kualitatif déskriptif. Data dikumpulkeun ngaliwatan observasi unggahan konten visual, dokuméntasi screenshot foto, caption, interaksi audiens, sarta wawancara jero jeung informan: personel Band Sarimanah jeung pengelola akun minangka informan kunci, sarta pengikut aktip @sarimanahambient minangka informan pangrojong. Hasilna: dina diménsi *meaning*, audiens méré makna kana simbol visual Sarimanah (cahaya *low key*, *earth tone*, komposisi minimalis, sudut pandang intim) minangka gambaran suasana musik anu intim, mélankolis, haneut, misterius, jeung kontémplatif. Dina diménsi *interaction*, interaksi sosial di Instagram (komentar, *like*, *share*) penting dina ngawangun makna identitas band; audiens silih negosiasi pikeun ngahontal pamahaman babarengan. Dina diménsi *interpretation*, audiens ngalakukeun *self indication* (dialog internal) saméméh méré respons, nunjukkeun yén makna visual Sarimanah lain “dibéré” ku band, tapi “dinegosiasi” babarengan ngaliwatan interaksi di ruang digital. Ku kituna, konten visual boga peran penting minangka médium komunikasi anu ngawangun identitas jeung citra mérek Band Sarimanah, sarta jadi instrumen promosi pikeun musisi independen di jaman digital.

Kecap Konci: Konten Visual, Promosi Band, Instagram, Interaksionisme Simbolik, Band Sarimanah.