

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Musik merupakan gambaran kehidupan masyarakat yang dinyatakan melalui suara dan irama sebagai alatnya dalam bentuk dan warna yang sesuai dengan alam masyarakat yang diwakilinya. Menurut Soeharto dalam bukunya *Serba Serbi Keroncong*, “Musik selalu dijadikan tolak ukur dari tinggi rendahnya nilai dan karakter suatu bangsa” (1996 : 22). Dalam hal ini Indonesia merupakan negara yang berkarakter dan memiliki keragaman budaya, salah satunya dalam seni musik melalui keroncong sebagai jenis musik nusantara.

Berawal pada abad ke-17, ketika keroncong hadir pertama kali di Batavia tepatnya di Kampung Tugu. Seiring berjalannya waktu keroncong mengalami perkembangan dan pencampuran dengan unsur-unsur budaya yang ada di Indonesia. Kubisni, seorang ahli dan juga musisi Keroncong di Indonesia mengatakan bahwa musik keroncong murni hasil ciptaan bangsa Indonesia. Musik keroncong merupakan penggabungan antara dua budaya musikal yang berbeda yang di terima oleh masyarakat Indonesia dan mengalami perubahan sesuai dengan zamannya.

Di Jawa Barat tepatnya di Bandung industri musik sangat subur berkembang tak terkecuali musik keroncong. Pengamat musik keroncong sekaligus ketua Komunitas Keroncong *Cyber* Adi. B Wiratmo mengatakan, “perkembangan musik keroncong saat ini semangkin membaik terutama karena adanya peran radio yang interaktif dengan masyarakat pecinta keroncong dan penggiat musik keroncong serta menyediakan ruang untuk tampil *live* melalui siaran radio”. Terbukti di Bandung ada sekitar 6 radio yang menyiarkan keroncong secara rutin seperti Sonora 93.3 FM, Mora 88.50 FM, Mara 106.7 FM, PRO 1 RRI Bandung AM 540, Lita FM 90.9 FM, dan Tomson 99.6 FM. Adi juga menambahkan “Kalau bicara Jawa Barat, sudah tentu Bandung menjadi

pusatnya keroncong”. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya grup musik keroncong dari luar Kota Bandung yang ingin tampil di radio-radio Bandung.

Ada sekitar 11 grup musik Keroncong di kota Bandung, salah satu diantaranya adalah JJOK atau Jempol Jenthik Orkes Keroncong. Grup ini berdiri pada tahun 2004. Selain bermusik Jempol Jenthik Orkes Keroncong juga peduli terhadap pelestarian musik Keroncong. JJOK sering terlibat dalam kegiatan sosialisasi Keroncong, diantaranya adalah mengadakan *workshop* Keroncong bersama mahasiswa ITB, *workshop* Keroncong bersama komunitas di Selasar Sunaryo, *workshop* Keroncong di garasi 10 Bandung dan sebagainya. Orkes ini terbilang unik karena mereka turut serta memasukan genre lain kedalam nuansa musik tersebut. Tidak hanya lagu-lagu Keroncong saja, mereka juga kerap memasukan *genre* lain seperti *jazz*, *pop*, bahkan *classic* kedalam *genre* Keroncong.

Namun pada perkembangannya grup musik keroncong masih sulit mendapatkan akses untuk publik. Ketua Komunitas *Keroncong Cyber*, Adi. B Wiratmo mengatakan, terbatasnya ruang-ruang publik bagi para musisi Keroncong sangat berdampak pada perkembangan dan kemajuan musik keroncong itu sendiri. Hal ini semakin diperkuat dengan minimnya konser musik keroncong yang ada di Kota Bandung. Adi. B Wiratmo menambahkan “Konser keroncong di Bandung masih jarang, untuk tahun lalu bahkan hampir tidak ada, tetapi untuk tahun ini pun hanya terdapat 2 konser keroncong yaitu Revolusi Musik Bambu yang digelar di Taman Budaya Jawa Barat pada 4 maret lalu dan konser yang di gelar di UPI”. Hal ini juga diperkuat dengan minimnya sosialisasi keroncong kepada masyarakat terutama *workshop* dan konser musik keroncong.

Selama kurang lebih 10 tahun berkecimpung di bidang kesenian dan pelestarian budaya Keroncong, JJOK mengalami kesulitan dalam hal promosi. Larasetya salah seorang personil dari JJOK mengakui bahwa marketing dan pemasaran yang dilakukan oleh grup musik ini sangatlah kurang sehingga menghambat perkembangan grup musik ini.

Dari permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka perlu adanya sebuah perancangan media promosi pada grup musik Jempol Jenthik Orkes Keroncong dalam upaya meningkatkan jumlah pengguna jasa pada grup musik Jempol Jenthik Orkes Keroncong yang ada di kota Bandung.

1.2. Masalah Perancangan

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti menuliskan identifikasi masalah, yaitu :

1. Perkembangan musik keroncong di Bandung terbilang baik, namun hal ini tidak didukung dengan tersedianya ruang publik bagi masyarakat seperti acara musik keroncong dan pementasan.
2. Kurangnya strategi promosi pada grup musik Jempol Jenthik Orkes Keroncong sehingga menimbulkan ketidaktahuan tentang adanya grup musik keroncong Jempol Jenthik Orkes Keroncong.

1.2.2. Rumusan Masalah

Dalam tugas akhir ini, peneliti merumuskan masalah, yaitu

1. Bagaimana merancang sebuah strategi promosi yang efektif untuk grup musik Jempol Jenthik Orkes Keroncong .
2. Media promosi apa yang tepat dan sesuai dengan target sasaran usia antara 21-40 tahun.

1.2.3. Ruang Lingkup

Agar penelitian dalam tugas akhir ini tidak meluas, maka penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas yaitu :

1. **Apa**
Kurangnya strategi promosi dan belum adanya media promosi yang sesuai untuk target sasaran antara umur 21-40 tahun.
2. **Siapa**
Lelaki dan perempuan, dewasa awal dengan kisaran usia 21-40 tahun.
3. **Dimana**
Di kota Bandung.
4. **Kapan**
Pengumpulan data dilakukan pada bulan Maret-April 2015, Perancangan promosi dilakukan pada bulan Maret-Juni, dan promosi dilakukan pada bulan Juni-Agustus.
5. **Bagaimana**
Dengan merancang strategi promosi pada grup musik Jempol Jenthik Orkes Keroncong dengan cara membuat strategi promosi yang efektif melalui media yang sesuai dengan target sasaran.

1.3. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah, maka tujuan dari perancangan strategi dan media promosi ini, yaitu :

1. Merancang strategi promosi pada grup musik Jempol Jenthik Orkes Keroncong di kota Bandung agar dapat di kenal khalayak.
2. Menentukan media promosi apa yang sesuai dengan target sasaran.
3. Diharapkan memberikan dampak positif terhadap pelestarian musik keroncong di kota Bandung.

1.4. Manfaat Penelitian

Sejalan dengan tujuan perancangan, maka diharapkan perancangan strategi dan media promosi ini dapat memberikan manfaat, bagi :

1. **Manfaat Keilmuan**
Menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual yang didapat selama proses perkuliahan di Universitas Telkom, serta memberikan hasil rancangan yang menjunjung tinggi orisinalitas dan pembeda dari ide-ide yang pernah ada.
2. **Manfaat Bagi Grup musik Jempol Jenthik Orkes Keroncong**
Sebagai upaya untuk memperkenalkan grup musik Jempol Jenthik Orkes Keroncong kepada khalayak yang sesuai dengan target sasaran dengan menunjukkan keunggulan yang dimiliki dan pembeda dari pesaingnya, serta diharapkan memberikan dampak positif terhadap pelestarian musik keroncong di kota Bandung.
3. **Manfaat Bagi Masyarakat Umum**
Sebagai media informatif dan pembelajaran bagi masyarakat, serta menjadikan karya Tugas Akhir ini sebagai rujukan tambahan bagi masyarakat yang membutuhkan.

1.5. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2009:15) penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive*, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Strategi penelitian kualitatif yang diambil adalah melalui pendekatan fenomenologi, yaitu salah satu strategi penelitian kualitatif yang dimana didalamnya peneliti mengidentifikasi hakikat pengalaman manusia tentang suatu fenomena tertentu (Creswell, 2013: 20).

1.5.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya seperti transkrip wawancara, catatan lapangan, gambar, foto, rekaman video, dan lain sebagainya. Dalam hal ini penulis mengumpulkan data dengan cara, antara lain :

1. Wawancara

Melakukan wawancara dengan narasumber terkait, sesuai dengan fenomena yang terjadi berdasarkan masalah yang dipertanyakan. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara terhadap pengamat musik keroncong di kota bandung, Komunitas Keroncong *Cyber*, budayawan di Kota Bandung, personil dari grup musik Jempol Jenthik Orkes Keroncong, serta personil grup musik yang akan dijadikan kompetitor.

2. Observasi

Untuk menganalisis permasalahan yang berkembang di masyarakat umum, maka peneliti melakukan observasi kepada khalayak sasaran. Selain itu peneliti melakukan observasi terhadap grup musik Jempol Jenthik Orkes Keroncong dengan cara menghadiri konser yang pernah dilakukan oleh grup tersebut dan mengamati strategi promosi yang dilakukan.

3. Kajian Literatur dan Pustaka

Kajian literatur dan studi pustaka merupakan sumber referensi yang digunakan sebagai acuan bagi peneliti untuk menyelesaikan masalah yang nantinya dapat dianalisis. Mencari teori yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diangkat.

1.6. Kerangka Perancangan

Penulis membuat kerangka perancangan yang terdiri dari fenomena, permasalahan, hingga pemecahan masalah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan berikut

FENOMENA

Jempol Jentik Orkes Keroncong merupakan salah satu grup musik Bandung sebagai barometer musik Indonesia, selain memiliki kualitas dalam bermusik, Bandung banyak melahirkan grup musik indie yang sukses di dunia internasional

Perkembangan musik keroncong dibanding baik karena ada peran radio

LATAR BELAKANG

Jempol Jentik Orkes Keroncong merupakan salah satu grup musik keroncong yang berada di kota Bandung. Selain bermusik Jempol Jentik Orkes Keroncong juga peduli terhadap pelestarian musik keroncong dan sering terlibat dalam kegiatan sosialisasi keroncong

RUANG LINGKUP

APA

Kurangnya strategi promosi dan belum adanya media promosi yang sesuai untuk target sasaran antara umur 21-40 tahun.

SIAPA

Lelaki dan perempuan, dewasa awal dengan kisaran usia 21-40 tahun.

DIMANA

Di kota Bandung

KAPAN

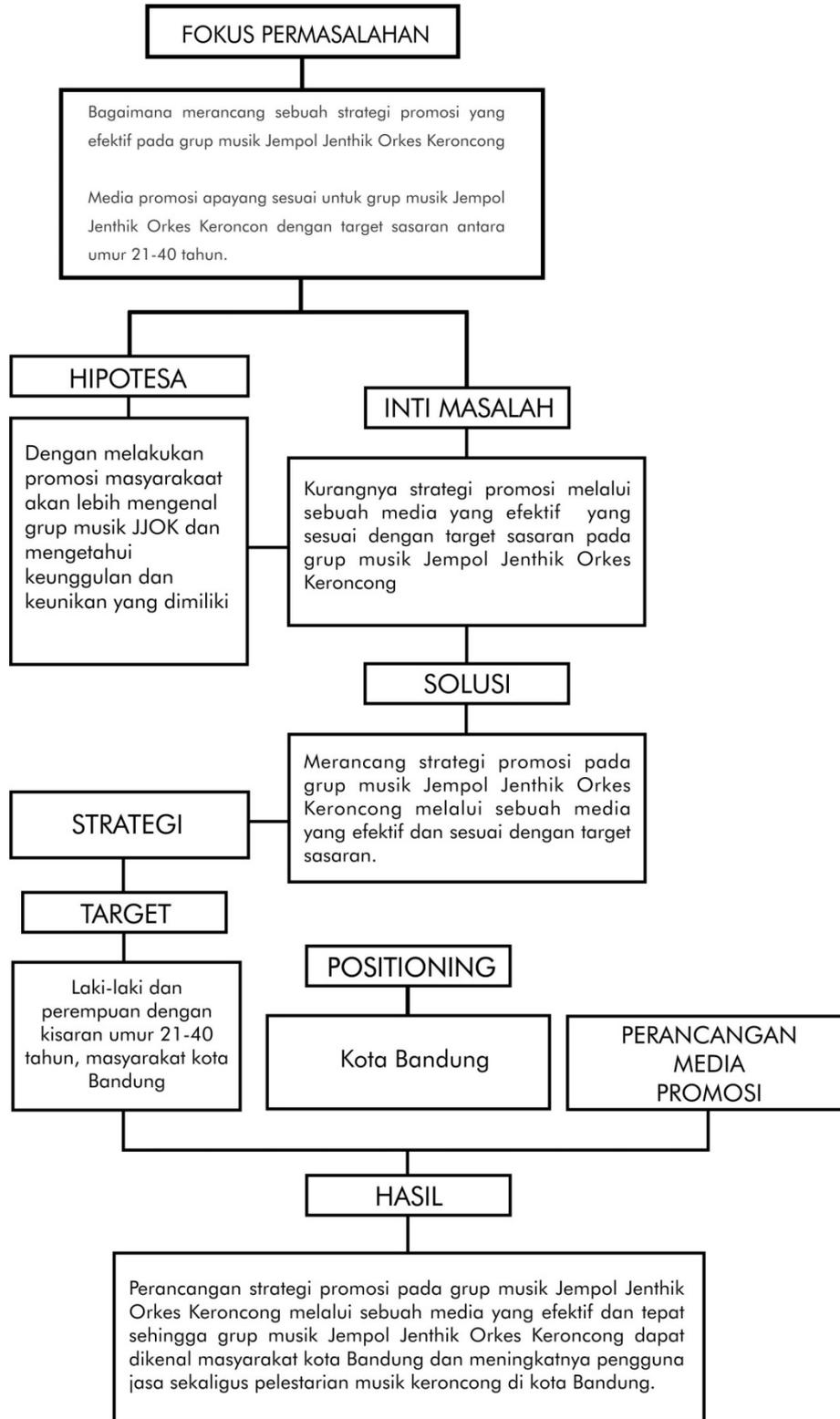
Pengumpulan data dilakukan pada bulan Maret-April 2015, Perancangan promosi dilakukan pada bulan Maret-Juni, dan promosi dilakukan pada bulan Juni-Agustus

KENAPA

Untuk memperkenalkan dan mempromosikan JJOK kepada masyarakat kota Bandung

BAGAIMANA

Dengan merancang strategi promosi pada grup musik Jempol Dengan cara membuat strategi promosi yang efektif melalui media yang sesuai dengan target sasaran.



Bagan 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber :(Penulis)

1.7. Pembabakan

Dalam penyusunan laporan penelitian ini, sistematika penulisan dibagi menjadi lima bagian, yaitu :

Bab I Pendahuluan

Berisikan pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, ididentifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan dan metode pengumpulan data.

Bab II Dasar Pemikiran

Menguraikan berbagai data serta tinjauan dari berbagai sumber yang kemudian dapat digunakan sebagai data acuan pada perancangan konsep dan media informasi.

Bab III Data dan Analisis Masalah

Menjabarkan keseluruhan data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data yang kemudian diolah dan dianalisa untuk menghasilkan konsep pada perancangan.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menguraikan keseluruhan konsep pada perancangan yang telah terlebih dahulu dianalisis.

Bab V Penutup

Berisikan kesimpulan dan saran.