

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman yang semakin modern dan berkembang dalam media sosial membuat setiap orang dapat melakukan komunikasi, interaksi yang tergabung dan terhubung dalam sebuah komunitas. Media digital sering dijadikan suatu sarana atau media untuk melakukan strategi pemasaran khususnya untuk melakukan promosi. Contohnya strategi komunikasi pemasaran dalam media digital seperti *Youtube*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Soundcloud* dan saat ini masyarakat juga telah menggunakan suatu media baru yang disebut dengan media sosial dalam mempromosikan sesuatu sebelumnya yang kita tahu biasanya masyarakat menggunakan *promotion mix* atau bauran pemasaran dalam melakukan komunikasi pemasaran.

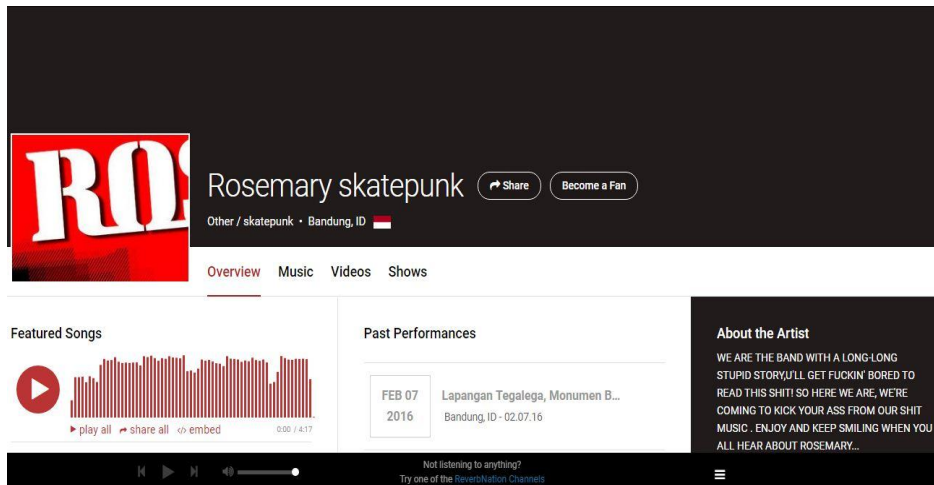
Beberapa media digital yang sering digunakan dalam media promosi diantaranya *Youtube*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*. Dari segala macam media digital yang menjadi *trend* dan gaya hidup saat ini maka dapat dijadikan sebagai bentuk strategi pemasaran dalam media sosial era ini. Dalam segi efektifitas waktu dan segi hemat biaya semua dapat dilakukan dan diatur melalui media sosial.

Penggunaan media sosial sebagai media promosi salah satunya dimanfaatkan oleh band Indie. Band Indie sendiri bukanlah suatu genre musik, melainkan sebuah gerakan musik yang bebas dan mandiri, tidak bergantung sama sebuah label musik atau sebagainya. Band Indie cenderung menciptakan lagu sesuai dengan apa yang mereka sukai dan genre yang mereka inginkan.

Diantara band Indie yang ada di Indonesia, peneliti memilih band Indie Rosemary sebagai subjek penelitian peneliti karena Rosemary memiliki prestasi dan karya yang baik dalam bermusik. Rosemary adalah band Indie yang beraliran Ska/Punk dari Bandung karena Rosemary ini merupakan salah satu band indie tanah air yang sukses dan memiliki *fanbase* yang banyak. Dan Rosemary juga memiliki beberapa media sosial yang membantu dalam promosi lagunya agar dikenal masyarakat atau khalayak luas. Media sosial yang mereka gunakan antaranya *twitter*, *facebook*, *instagram*, dan *reverbnation*.

Berikut media digital yang digunakan Rosemary dalam strategi pemasaran dalam media promosi.

Gambar 1.1
Reverbnation Rosemary



(Sumber : <https://www.reverbnation.com/rosemaryskatepunk>)

Reverbnation merupakan akun media digital berbasis audio yang digunakan Rosemary dalam media promosi karya-karya mereka. Di dunia yang serba internet dan koneksi cepat, akun sosial media *Reverbnation* dapat diakses dengan streaming bahkan free download bagi yang ingin mendownload.

Gambar 1.2
Twitter Rosemary

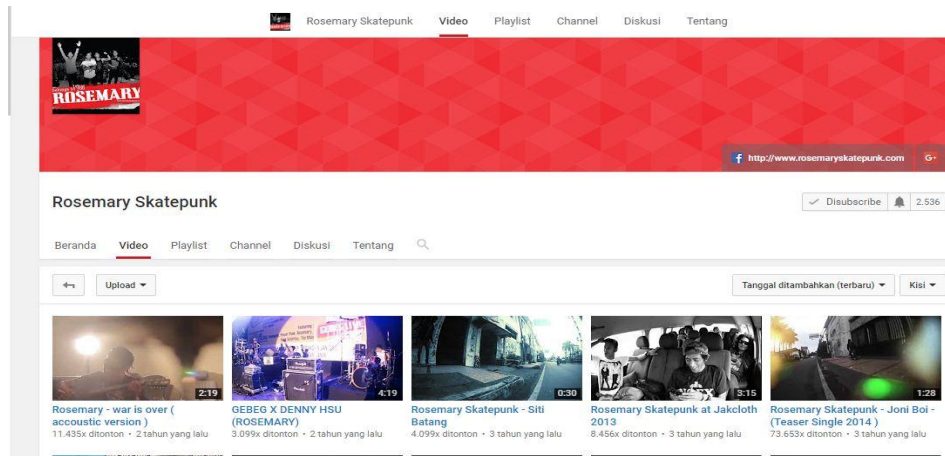


(Sumber : <https://twitter.com/rosemarysk8punk>)

Twitter merupakan akun media digital dan juga media sosial yang masih banyak digunakan di seluruh dunia saat itu dalam percakapan dan berbagi informasi dunia maya walaupun sekarang sudah mengalami penurunan karena beragamnya media sosial. *Twitter* digunakan Rosemary dalam berbagai hal seperti berbagi info

job perform mereka, dalam promosi lagu mereka bahkan berhubungan dengan followers mereka seperti mengadakan agenda rutin atau *gathering*

Gambar 1.3
Youtube Rosemary



(Sumber : <https://www.youtube.com/user/rosemarysk8punk/videos>)

Youtube digunakan Rosemary sebagai media digital dalam berbagi video secara gratis dimana semua orang dapat mengakses dan semua orang dapat melihat secara audio visual. Biasanya yang sering di upload Rosemary mengenai perform mereka, video clip lagu mereka bahkan video lirik yang sedang banyak diakses pengguna *Youtube* saat ini.

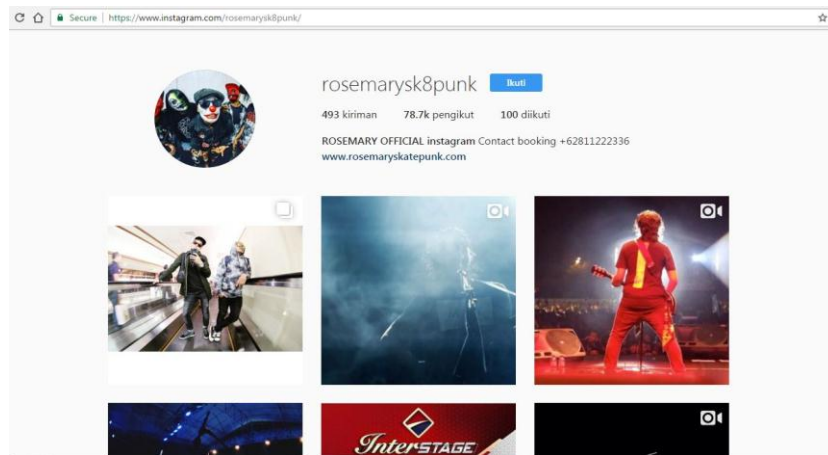
Gambar 1.4
Facebook Rosemary



(Sumber : <https://www.facebook.com/ROSEMARY-114970199115/>)

Rosemary masih menggunakan jejaring sosial *Facebook* dalam berbagi foto, lagu, video dan berbagi informasi karena *Facebook* masih banyak diakses di seluruh dunia dan Indonesia termasuk salah satu negara dengan pengguna *Facebook* terbanyak di dunia.

Gambar 1.5
Instagram Rosemary



(Sumber : <https://www.instagram.com/rosemarysk8punk/>)

Band Rosemary juga menggunakan *Instagram* sebagai sosial media yang sedang trend sekarang dalam berbagi foto dan video yang sekarang akun Rosemary ini sekarang sudah memiliki sekitar 78.700 followers di *Instagram*.

Penelitian ini dimaksud untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran band *Rosemary* dalam melakukan promosi di media sosial dan bagaimana kekurangan dan kelebihan dari strategi komunikasi menggunakan media sosial sebagai media promosi bagi band Rosemary. Oleh karena itu, peneliti ingin mengangkat penelitian dengan judul “**Facebook Marketing Band Rosemary**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah bagaimana strategi pemasaran Band Indie Rosemary dalam melakukan promosi di media digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan strategi pemasaran band indie Rosemary dalam melakukan promosi di media digital

1.4 Manfaat Penelitian

Maka dari itu hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis :

1.4.1 Aspek Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu bagi Ilmu Komunikasi agar dapat lebih memahami pengetahuan tentang strategi komunikasi penggunaan media sosial dan suatu komunikasi yang terbangun akibat adanya perkembangan teknologi komunikasi.
- b. Suatu upaya untuk memahami teori mengenai strategi komunikasi penggunaan media sosial dan suatu bentuk komunikasi pemasaran atau promosi melalui media sosial.

1.4.2 Aspek Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperoleh pengalaman dan menambah pengetahuan lebih mengenai strategi dan komunikasi pemasaran yang terbentuk dari penggunaan media serta dapat berguna dan menjadi referensi bagi peneliti berikutnya.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini terdiri dari 5 bab. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab 1 berisi tentang pendahuluan. Secara garis besar, pendahuluan berisi latar belakang yang berhubungan dengan pemilihan topik; permasalahan yang menyangkut topik utama yang diangkat dalam penelitian; sekilas mengenai media digital yang digunakan band Indie Rosemary dalam promosi dan komunikasi tujuan penelitian yang berisi harapan yang hendak dicapai dari penelitian; manfaat penelitian yang berisi kegunaan yang dapat diambil dari hasil penelitian; batasan masalah yang berfungsi untuk membatasi kegiatan penelitian; serta sistematika

penulisan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam penulisan laporan penelitian ini.

Bab 2 merupakan landasan teori. Bab ini berisi penelitian terdahulu terkait topik yang dibahas oleh penulis, serta tinjauan pustaka menyangkut teori-teori dan konsep-konsep yang digunakan yaitu teori *Second Media Age* yang menjadi acuan teori dalam penelitian. Pada bab ini juga akan dituliskan mengenai nisbah antar konsep, dan kerangka pemikiran.

Bab 3 menjelaskan metode penelitian. Bab ini memaparkan definisi konseptual dan operasional, jenis penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, unit analisis, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta uji keabsahan data.

Selanjutnya, bab 4 merupakan analisis data. Pada bab ini peneliti memberikan gambaran umum tentang band Rosemary yang akan diteliti serta uraian lain mengenai analisis-analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kasus

Kemudian bab 5 berisi kesimpulan serta saran. Bab ini menyajikan kesimpulan yang didapat dari temuan dan analisis data serta saran-saran yang bermanfaat setelah melakukan penelitian “*Digital Marketing Band Indie Rosemary*”.

1.6 Tempat pelaksanaan

Untuk lokasi penelitian, peneliti menyesuaikan sesuai dengan keinginan informan dapat bertemu dan dimana informan dapat diwawancarai, seperti misalnya di cafe, Basecamp informan, atau tempat lainnya. menyesuaikan dengan kondisi yang diinginkan informan.

1.7 Waktu Pelaksanaan :

No	Tahapan	Bulan																			
		April 2017				Mei 2017				Juni 2017				Juli 2017				Agustus 2017			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4

