

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri musik Indonesia dimulai pada tahun 1951 yang di rintis oleh Sujoso Karsono karena kecintaanya terhadap musik beliau akhirnya mendirikan *The Indonesian Music Company Limited*. Industri musik di Indonesia sempat terhenti ketika tahun 1959 karena dianggap merusak moral bangsa namun setelah Presiden soekarno lengser. perkembangan musik Indonesia berkembang pesat seperti munculnya beberapa production house atau label musik ternama dan munculnya gerakan independent atau indie yang tidak terikat sebuah kontrak dengan label.

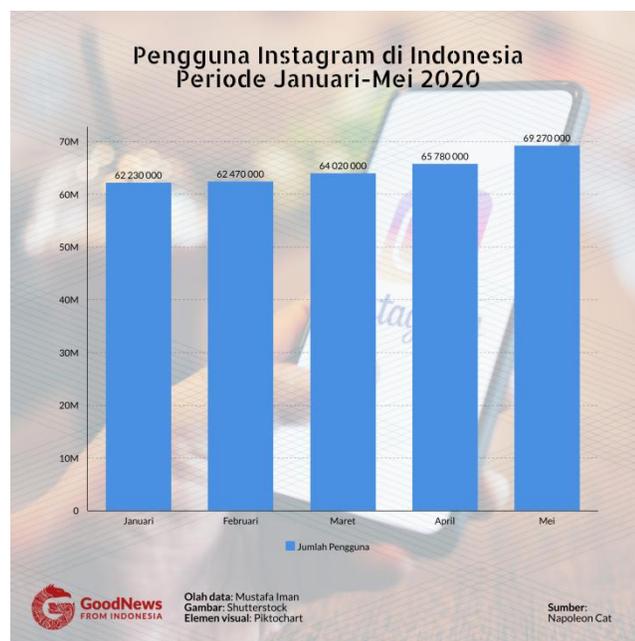
Indie sebenarnya adalah gerakan mandiri yang dilakukan oleh musisi tersebut yang biasanya tidak mengikuti tren pasar, proses rekaman hingga proses pendistribusian sendiri. Tetapi, indie dapat ditambahkan genre yang lebih spesifik agar dapat menjadi pembeda musik dan aspek bisnis dalam musik. Walaupun band indie mempublikasikan karyanya sendiri namun mereka tidak kalah saing dengan band yang terikat kontrak dengan label musik atau production house yang sangat exclusive.

Pada awal masa musik indie ini muncul ada beberapa band Indonesia yang dapat mencapai kesuksesan seperti Efek Rumah Kaca, The SIGIT, Payung Teduh, dan Lain – lain yang berhasil sukses di kalangan *mainstream*. Tidak sampai disitu saja mereka bisa seringkali menjadi bintang tamu utama di festival – festival bergengsi di Indonesia seperti Synchronize fest, Lalafest, dan masih banyak lainnya. Band indie biasanya sangat aktif menggunakan sosial media untuk memberi tahu kepada pengikutnya.

Pengikut atau biasa disebut fans seringkali kesusahan untuk mendapatkan informasi tentang idola nya tetapi seiring canggihnya teknologi, sosial media menjadi solusi untuk melakukan pertukaran informasi. Banyak band indie menggunakan sosial media yang bertujuan sebagai penanda eksistensi mereka di dunia industri musik dan

juga tempat bernaungnya para fans atau biasa disebut fanbase. Semenjak sosial media berkembang pesat dapat menjadi tempat berbagi informasi yang sangat cepat, banyak musisi indie menggunakan instagram sebagai tempat melakukan promosi, menyapa penggemar dan sebagainya.

Sosial media instagram merupakan aplikasi yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi foto dan video. Penggunaan yang mudah membuat aplikasi ini diminati oleh berbagai kalangan, baik untuk sekedar membagi informasi terkait kegiatan sehari – hari maupun berbisnis. Menurut Goodnews, Pengguna instagram di Indonesia periode Januari – Mei 2020 mencapai 69.270.000 jiwa. Maka dari itu Indonesia di daulat sebagai negara dengan pengguna instagram terbesar di Asia Pasifik. Di Indonesia sendiri instagram sering kali digunakan untuk kepentingan bisnis karena banyak memiliki fitur yang dapat dengan mudah digunakan sebagai media promosi



Gambar 1.1 Tabel Pengguna Instagram Indonesia

(Sumber : Goodnews Indonesia)

Instagram memiliki banyak fitur yang terbilang cukup lengkap seperti fitur post feeds berupa foto atau video, *story*, *promote* dan IGTV untuk postingan video berdurasi yang lebih panjang serta Instagram memiliki fitur *Direct Message* (DM). fitur ini

seringkali digunakan oleh artis indie untuk mempromosikan karyanya, menyapa fans, mengupload kegiatan, pemberitahuan jadwal panggung dan bernegosiasi dengan pihak terkait. Tetapi, semakin mudah nya membentuk band indie semakin sulit persaingan dan semakin sulit mendapat *notice* dari khalayak.

Selain Komposisi dan kualitas lagu yang dijadikan persaingan, sangat perlu untuk membawa inovasi baru sebagai branding bagi band indie agar memiliki ciri identitas bagi band indie tersebut. Contoh, seperti The 1975 band indie pop asal Inggris ini memiliki konsistensi tinggi terhadap logo dan pemilihan warna nya yang estetik di semua platform media digital dan platform media sosial semenjak band ini memasuki industri musik pada tahun 2012. Band Indonesia pun tidak kalah estetik untuk masalah konten – konten di Instagram.

Di Indonesia, genre surf rock cukup asing karena eksistensinya timbul – tenggelam. Sempat populer pada era 60an karena kemunculan eka sapta dan perlahan tergerus oleh genre lain. Kemudian di awal tahun 2000, surf rock muncul dan kembali dikenal dengan munculnya band yang bernama Southern Beach Terror tetapi berakhir sama dengan pendahulunya. Dan pada awal 2017 muncul kembali dengan datangnya The Panturas di industry.

Dikutip dari Gilanada, The Panturas merupakan band indie yang bergenre surf rock yang patut diperhitungkan dalam sejarah musik surf rock di Indonesia (Sumber <http://www.gilanada.com/5-band-surf-rock-indonesia-pilihan-gilanada/>, diakses pada tanggal 28 Juli 2021, pukul 21.27 WIB). Mereka mampu membuat terobosan baru dengan menggabungkan unsur punk dan menambahkan lirik kedalam musik surf – rock yang pada umumnya merupakan musik instrumental.

Di setiap karyanya mereka selalu menghadirkan beragam isu kelautan. Tidak seperti pada biasanya band surf rock yang menciptakan karya-karya instrumental, mereka menghadirkan vokal unik ke dalam tiap karyanya, yang tentu saja tidak menghilangkan ciri khas dari surf rock seperti efek gitar yang ber modulasi reverb tinggi, ketukan drum yang cepat dan nada khas timur tengah.

The Panturas merupakan band *indie* asal Bandung ber – genre *surf rock* yang dianggotai oleh Abyan, Kuya, Gogon, dan Rijal. Band yang pada awalnya ini dibentuk karena iseng membawakan lagu dari The Ventures dan Dick Dale. Akhirnya mereka memutuskan untuk melanjutkan project iseng ini dengan menamainya The Panturas yang merupakan plesetan dari band The Ventures dengan kearifan lokal Indonesia. Awalnya The Panturas hanya mengisi di acara – acara kampus UNPAD Jatinangor.



Gambar 1.2 personil The Panturas

(sumber : Google)

Semenjak awal dibentuknya The Panturas mereka sudah mendapatkan perhatian yang besar dari penikmat musik tanah air terlebih lagi karena meledaknya lagu ciptaan The Panturas yang berjudul “Sunshine“ dengan sebanyak 11M pendengar di Youtube dan disusul oleh “Gurita Kota“ dengan sebanyak 1.4M. Pada 07 April 2018, The Panturas secara indie atau independen telah melepaskan album perdananya yang bernama “Mabuk Laut”.



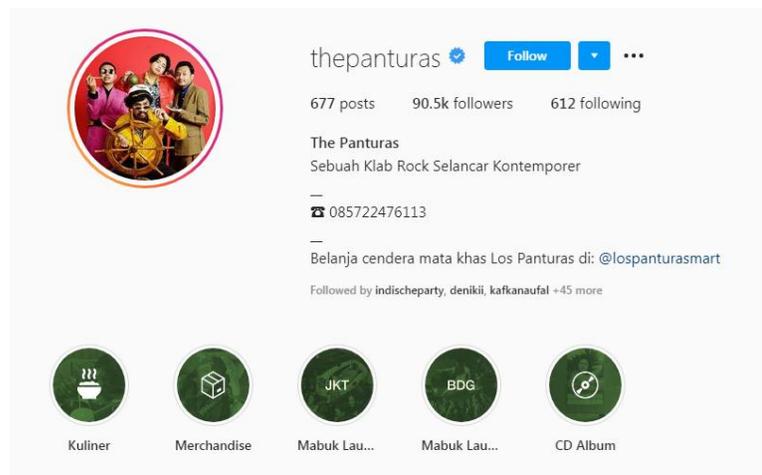
Gambar 1.3 Sunshine The Panturas

Sumber (Youtube)

Mabuk laut tidak menceritakan tentang keindahan pantai dan laut, lain halnya dengan mereka. Album yang direkam secara live record ini setiap karyanya mereka selalu menghadirkan beragam isu kelautan seperti perdagangan manusia, dinamika kehilangan orang tersayang, hingga cerita klenik dari sebuah pantai yang terkenal di Indonesia. Seperti yang diungkapkan oleh kuya dalam wawancaranya dengan CNN Indonesia (Sumber <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20180222195227-227-278148/potret-negatif-laut-dalam-album-perdana-the-panturas>, diakses pada tanggal 29 July 2021, pukul 15.14 WIB).

Hal ini juga menarik perhatian Joko Anwar selaku sutradara dan produser film ternama yang tertarik untuk berkolaborasi dengan The Panturas di film terbarunya yaitu “Gundala“ sebagai *soundtrack* resmi dengan judul “Sang Putra Petir“ yang mulai tayang perdana pada 29 Agustus 2019. The Panturas juga menarik perhatian acara bergengsi di Indonesia yang bernama “We The Fest” pada tanggal 20 Juli 2019.

The Panturas menggunakan Instagram nya untuk berbagi informasi kegiatan – kegiatan yang dilakukan para personilnya selama tidak berada diatas panggung, foto – foto setelah tampil di suatu acara dan juga promosi karya – karya terbarunya seperti single terbaru mereka yang berjudul “ Balada Semburan Naga “ yang di publikasikan pada tanggal 13 November 2020 lalu. Selain berbagi tentang kegiatan bermusik nya panturas juga menambahkan beberapa konten tambahan seperti konten kuliner yang berisikan kuliner khas kota yang disinggahi The Panturas selama melaksanakan Tour keliling Indonesia.



Gambar 1.4 Instagram The Panturas

(Sumber : Instagram)

Semenjak instagram sudah menjadi sarana media promosi bagi suatu brand, maka berat sebuah persaingan akan bertambah. Salah satu komponen penting bagi suatu brand adalah memiliki brand personality dimana suatu brand dapat dipandang melalui sisi emosionalnya dan dapat mencerminkan kepribadian suatu perusahaan atau perorangan. Suatu merek akan terlihat berbeda dari bentuk fisiknya sebagai wujud pembeda dari lainnya dengan melalui karakteristik tersendiri. (Aaker 1997)

Brand Personality memiliki lima inti pembentuk suatu personality pada suatu brand yaitu *sincerity, excitement, competence, sophistication* dan *rudgedness* atau biasa disebut dengan the big five. Dimensi brand personality sudah banyak diaplikasikan kepada suatu kegiatan yang berhubungan dengan rekreasi, destinasi tempat wisata, baik kegiatan di dalam ruangan dan diluar ruangan yang bermanfaat untuk memahami persepsi orang ketika mengunjungi tempat atau situs tersebut dan sebagai alat untuk membangun merek dan identitas dari suatu produk tersebut.

Sebagai pengembangan dari penelitian ini, peneliti menghadirkan penelitian terdahulu yang di dapat dari jurnal internasional dan nasional agar dapat menghindari kesamaan tema dan pembeda dengan penilitian sebelumnya. Penelitian terdahulu berfokus memaparkan penelitian yang dilakukan selama kurun waktu 10 tahun terakhir dengan kata kunci; personal branding, personal branding on social media, dan personal branding yang dilakukan oleh influencer.

Penelitian internasional yang berjudul “ Personal Branding in Social Media and Social Media Based Entrepreneurship” jurnal ini meneliti tentang hubungan antara personal branding dengan entrepreneurship, cara membuat strategi personal branding di sosial media, dan bagaimana cara agar dapat menonjol di ranah publik. Penelitian ini menunjukkan bahwa personal branding membutuhkan konsistensi, autentik. Seseorang harus memikirkan dengan hati-hati apa yang harus dikomunikasikan kepada orang-orang dan jenis apa konten untuk diterbitkan. Menetapkan beberapa batasan. Penting untuk aktif di beberapa sosial media untuk menargetkan audiens yang berbeda. (Vilander 2017).

Penelitian terdahulu selanjutnya berasal dari jurnal nasional yang berjudul ” Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram” penelitian ini membahas tentang apa yang dilakukan oleh Laudya Cynthia Bella di Instagram untuk membangun personal branding dengan menggunakan fitur yang tersedia di aplikasi instagram seperti Upload foto, (*Post Feed*), Kamera, Efek Foto, Judul Foto (*Caption*), Pengikut (*Followers*), Like, Popular (*Explore*) dan Aroba (@).(Soraya 2017) .

Berdasarkan penjabaran penelitian terdahulu dengan peniliti sekarang jelas berbeda. Penelitian terdahulu lebih mengarah kepada satu objek yang melakukan

personal branding, sedangkan penelitian sekarang adalah suatu grup musik The Panturas yang setiap anggota nya memiliki personal branding nya masing – masing yang membangun bersama brand personality mereka pada akun social media instagram mereka

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian mengenai **MEMBANGUN BRAND PERSONALITY BAND INDIE “ THE PANTURAS “ MELALUI INSTAGRAM**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana brand personality yang dibangun oleh band indie rock The Panturas melalui instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara membentuk brand personality band The Panturas melalui instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya mengenai brand personality dan strategi – strategi penting untuk membangun brand personality. Melalui penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian dengan tema yang sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta wawasan secara lebih mendalam perihal Brand personality khususnya melalui instagram. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi terhadap masyarakat luas yang ingin membentuk citra diri menggunakan media sosial Instagram sebagai bentuk promosi di era digital.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Peneliti akan melakukan penelitian secara tatap muka pada Komplek Puri Dago Mas yang terletak di Jalan Cibodas Raya, Antapani 40291 Kecamatan Antapani, Kota Bandung.

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini akan dilaksanakan terhitung dari Februari 2021 sampai dengan Maret 2021.