

PERANCANGAN WEBSITE UNTUK AKSES MUSISI PEMULA PADA EKOSISTEM MUSIK DI KOTA BANDUNG

WEBSITE DESIGN FOR BEGINNING MUSICIAN ACCESS TO THE MUSIC ECOSYSTEM IN BANDUNG CITY

Fahmi Mohammad Farabi¹, Syarif Hidayat², Idhar Resmadi³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

fahmimohammadfarabi@student.telkomuniversity.ac.id¹, syarif@telkomuniversity.ac.id²,

idharresmadi@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak

Pada era sekarang Fenomena yang sedang terjadi bagi musisi pemula adalah kurangnya akses untuk musisi pemula di Kota Bandung. Ada beberapa masalah yang dihadapi musisi pemula di era sekarang yaitu kurangnya akses dalam industri musik, kurangnya pengetahuan terhadap musik dari segi industri musik, teknis produksi, dan cara memasarkannya, kurangnya media yang dapat menjadi mentor untuk mendukung musisi pemula. Namun, dengan majunya teknologi informasi memudahkan untuk memantau penyanyi atau musisi pendatang baru agar memiliki strategi yang tepat dalam menghadapi era musik zaman sekarang, Oleh karena itu, masih banyak musisi pemula yang muncul dan berkembang di Bandung. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data yaitu metode wawancara, observasi dan studi pustaka. Data tersebut didapatkan dan kemudian dianalisis menjadi bahasan-bahasan pokok mengenai ekosistem musik, website, UI & UX, dan desain komunikasi visual. Dengan bahasan-bahasan ini hasil penelitian ini diharapkan mampu merancang informasi berbasis website yang dapat memberi akses musisi pemula ke dalam industri musik. Sebagai memenuhi keinginan musisi pemula yang masih awam dengan industri musik. Tentunya memberikan harapan agar lebih percaya diri. Dengan adanya platform ini sebagai wadah atau hub musisi pemula untuk mengekspresikan karya-nya dan membuat musisi pemula semangat.

Kata kunci: musisi pemula, ekosistem musik, industri musik

Abstract

In the current era, the phenomenon that is happening for beginner musicians is the lack of access for beginner musicians in the city of Bandung. There are several problems faced by novice musicians in the current era, namely lack of access to the music industry, lack of knowledge of music in terms of the music industry, technical production, and how to market it, lack of media that can be a mentor to support beginner musicians. However, with the advancement of information technology, it is easier to monitor newcomer singers or musicians so that they have the right strategy in dealing with today's music era. Therefore, there are still many novice musicians who appear and develop in Bandung. The method used in collecting data is the method of interview, observation and literature study. The data is obtained and then analyzed into main discussions about the music ecosystem, website, UI & UX, and visual communication design. With these discussions, the results of this study are expected to be able to design website-based information that can give novice musicians access to the music industry. To fulfill the wishes of beginner musicians who are still unfamiliar with the music industry. Of course it gives hope to be more confident. With this platform as a forum or hub for beginner musicians to express their work and make novice musicians excited.

Keywords: beginner musicians, music ecosystem, music industry

1. PENDAHULUAN

Fenomena yang sedang terjadi bagi musisi pemula adalah kurangnya akses untuk musisi pemula di Kota Bandung. Maka ini berdampak kepada mereka yang baru terjun ke industri musik. Ada beberapa masalah yang dihadapi musisi pemula di era sekarang. Pertama, kurangnya akses dalam industri musik, kurangnya pengetahuan

terhadap musik dari segi industri musik, teknis produksi, dan cara memasarkannya, kurangnya media yang dapat menjadi mentor untuk mendukung musisi pemula. Namun, dengan majunya teknologi informasi memudahkan untuk memantau penyanyi atau musisi pendatang baru agar memiliki strategi yang tepat dalam menghadapi era musik zaman sekarang. Dengan berkembangnya industri musik dengan peluang yang dimanfaatkan untuk terjun ke dunia musik. Menurut Nadia Yustina pendiri Booking Agency Amity Asia Agency dikutip dari *antaranews.com* tidak banyaknya akses atau tempat untuk musisi pemula. Oleh karena itu, menjadikan suatu permasalahan yang mesti diselesaikan karena dibutuhkannya bekerja sama dengan segala pemangku kepentingan mau itu pemerintah, komunitas atau rakyat Indonesia.¹ Oleh karena itu, banyak sekali kesempatan untuk menjadi musisi ataupun penyanyi. Walaupun dikala ini banyak talenta baru yang timbul serta tiap orang memiliki peluang guna ikut serta di dalamnya. Untuk disaat ini, industri musik ini masih kurang maksimal disebabkan akses yang sangat begitu lingkungan.

Maka dari itu peluang musisi pemula sangat terbatas yaitu akses. Persoalan dalam konteks regenerasi musisi itu bagaimana akses ke market, seolah-olah akses ini dikuasai oleh senior di bidang industri musik, dengan dikuasainya akses ke industri musik menjadi salah satu penyakit di ranah perindustrian musik, bukan hanya di industri musik saja di ranah budaya lain juga ada. Ekosistem musik memainkan peran penting dalam industri kreatif. Dalam tatanan kerja yang sempurna, sebagai salah satu subsektor, musik memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap industri terpaut. Terkait ekonomi, akses ekosistem karena belum adanya industri musik dan perlunya kantung industri musik di Kota Bandung, dan industri musik kebanyakan masih berpusat di Jakarta. Sehingga, akan terjadinya industri musik yang tidak memihak ke salah satu orang saja. Sementara itu banyak kota lain yang memiliki kemampuan besar. Namun, ekosistem musik lokalnya belum mencukupi sebab tidak terdapat label, promotor, distributor, serta aktor pendukung yang lain. Oleh sebab itu, musisi baru hadir tetapi tempat yang digunakan sangat terbatas.

Menurut Idhar Resmadi dikutip dari *beritabaik.id* bahwa tidak cuma dari musisinya saja yang kebagian akibat ekonomi. Menurutnya dikala ini industri musik di Indonesia telah terletak di fase ketiga, ialah fase tata kelola. Dimana di fase ini terbukti dengan adanya undang-undang kemajuan kebudayaan serta undang-undang ekonomi kreatif. Bagi Idhar Resmadi, hadirnya komunitas yang lincah (*community agile*) akan memperluas perkembangan industri musik di Kota Bandung. Komunitas yang lincah ini ditafsirkan dia selaku komunitas dengan multidisiplin di dalamnya. Menurut Idhar Resmadi dilansir dari *beritabaik.id* "Jadi di komunitas itu ada agensi, ada media, ada band juga. Kelincahan masyarakat seperti ini akan mendukung subsektor lainnya. Musik adalah lokomotif, area pendukung musik adalah kereta yang dibawa lokomotif ke depan."² Label atau Major Label juga biasa disebut sebagai industri musik rekaman yang mainstream. Menurut Wenz yang dimaksud mainstream adalah arus utama, tempat band-band yang bernaung di bawah label besar, sebuah industri yang mapan. Band-band tersebut dipasarkan secara meluas yang *coverage* promosinya juga secara luas, nasional maupun internasional, dan mereka mendominasi promosi di seluruh media massa, mulai dari media cetak, media elektronik hingga multimedia dan mereka terekspos dengan baik. (Resmadi, 2017) Untuk memasarkan Band-band tersebut secara meluas ada beberapa cakupan yaitu promosinya yang secara luas, maupun itu dalam negeri atau luar negeri, serta serta mendominasi di media massa, mulai dari media yang berbentuk nyata seperti media cetak ataupun media elektronik seperti sosial media yang terekspos dengan baik. (Resmadi, 2017)

Dengan berkembang industri musik banyak peluang bisnis di dunia industri musik yang dapat dimanfaatkan, Untuk terjun ke dunia musik, atau jadi musisi atau penyanyi bukan satu satunya jalan. Meskipun saat ini banyak talenta baru muncul dan setiap orang punya kesempatan untuk terlibat di dalamnya. Perbedaan label major dan indie label bisa dilihat, bahwa major label memiliki link untuk mendistribusikan mencakup skala nasional dan internasional. berbeda dengan indie label, indie label memiliki link untuk mendistribusikannya terbatas, untuk ide kreatif lebih bebas. Musisi atau band kebanyakan lebih memilih untuk bergabung dengan indie label yang sudah ada, atau lebih baik membuat sendiri indie label tersebut.³ Musisi Pemula perlu mengetahui teknis produksi untuk membuat lagu. Sebelum itu ada tahapan-tahapan untuk memproses sebuah lagu. Yaitu, proses produksi, pra-produksi, produksi, pasca produksi, dan major label. Lalu dari akses segi pemasarannya, dengan berkembangnya teknologi musisi sekarang tidak harus pergi ke label untuk mempromosikan lagunya. Untuk mempromosikan lagu untuk menarik perhatian musik kepada pendengar bisa melalui Ilustrasi cover album. Cover album mempunyai peranan yang sangat berarti

¹ <https://www.antaranews.com/berita/1174392/ekosistem-industri-musik-perlu-dibangun-di-setiap-kota> diakses pada 23 Maret 2021

² <https://beritabaik.id/read?editorialSlug=musik&slug=1591678798643-bicara-ekosistem-musik-di-bandung-dengan-idhar-resmadi> diakses pada 23 Maret 2021

³ <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/3377> diakses pada 25 Maret 2021

untuk berkomunikasi secara visual antara musisi kepada pendengar yaitu masyarakat Indonesia. Fungsi utama dari ilustrasi cover album merupakan untuk menghasilkan suatu gambaran bisa saja dengan musik sebagai cerminan visual yang mencerminkan pesan dari band tersebut. Terkadang, cover album menjadi daya tarik. Terlebih lagi di tengah persaingan album rekaman yang banyak di zaman sekarang. Oleh karena itu, cover album rekaman harus memerhatikan sebagian Mengenai tidak cuma cerminan dan genre musik yang diusung, yakni mengenai masalah orisinalitas maupun otentisitas dan pula inspirasi yang mencuat entah dari karakter suatu band, nuansa musik, hingga liriknya⁴. Perkembangan teknologi digital juga sangat mempengaruhi bagaimana penyebaran informasi dalam salah satu peran komunikasi visual untuk kebutuhan pemasaran dan promosi di sosial media. Dengan demikian, Konten-konten di sosial media menjadi salah satu media komunikasi musisi dengan pendengar musik yaitu masyarakat Indonesia. Pada akhirnya kemudian konten-konten komunikasi visual tersebut menjadi “bentuk baru” atau “inovasi” dari cara promosi yang berbasis teknologi digital.⁵

Musisi pemula sangat membutuhkan mentor dan peran penghubung sebagai jembatan untuk berkembang di industri musik. Musisi pemula sangat menginginkan pengalaman bimbingan dari mentor. Seperti, Musisi profesional atau ahli musik. Sebagai memenuhi keinginan musisi pemula yang masih awam dengan industri musik. Tentunya memberikan harapan agar lebih percaya diri. Tetapi, musisi pemula harus percaya diri tampil di depan umum. Dengan adanya platform ini sebagai wadah atau hub musisi pemula untuk mengekspresikan karya-nya dan membuat musisi pemula semangat.

2. DASAR PEMIKIRAN

2.1 Teori Komunikasi

Menurut Handoko (2009:272) Komunikasi ialah salah satu proses guna berpindahnya pengertian dalam wujud gagasan maupun data dari seorang ke orang lain, dengan dikatakannya perkata yang hendak digunakan dalam percakapan, namun dari intonasi, ekspresi wajah, serta lain- lain.

2.2 Teori Media Informasi

Menurut Jogiyanto HM (2005) Media informasi menggambarkan kumpulan informasi yang telah diolah jadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti untuk penerima. Sesuatu organisasi tanpa terdapatnya suatu data sampai organisasi tersebut tidak bisa berjalan dan tidak bisa beroperasi. Lewat media data masyarakat dapat mengidentifikasi data yang senantiasa berhubungan satu sama lain.

2.3 Teori Desain informasi

Menurut Ladjamudin (2013:39) bahwa tahapan perancangan memiliki tujuan buat mendesain sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah- masalah yang dirasakan industri yang diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik, kegiatan yang dicoba dalam tahap perancangan ini meliputi perancangan output, input, dan file.

2.4 Teori Terkait Ekosistem Musik / Ekosistem Budaya

Menurut Puji Hastuti (2020) Ekosistem industri musik indie yang semula sangat mengandalkan ruang pertemuan dan komunal harus membiasakan diri dengan kebijakan pembatasan sosial akibat pandemi. Dalam kurun waktu pemberlakuan kebijakan pembatasan sosial hingga membiasakan diri dengan mengikuti aturan new normal. Puji Hastuti melakukan pengamatan terhadap kegiatan pekerja industri musik indie yang ditampilkan dalam sebagian platform media digital. Di samping menguatnya jalinan komunalitas pekerja, keterbatasan yang dialami akibat masa-masa pandemi malah membuka peluang usaha lain buat para pekerja industri musik.

Dalam Undang-Undang tentang permusikan pada Bab 1 ketentuan umum pasal 1 ada beberapa poin pada yaitu:

1. Musik ialah nada maupun suara dalam suatu komposisi musik lewat lagu, irama, melodi, harmoni, serta ekspresi selaku satu kesatuan.
2. Ekosistem Musik ialah sesuatu sistem yang menggambarkan ikatan silih ketergantungan antara tiap pelaku/ praktisi musik dalam kegiatan permusikan serta area dekat yang mendukung sebagai satu kesatuan.

⁴ <https://journals.telkomuniversity.ac.id/rupa/article/view/2654> diakses pada 26 Maret 2021

⁵ <https://journals.telkomuniversity.ac.id/demandia/article/view/2742> diakses pada 27 Maret 2021

3. Aktivitas Permusikan ialah aktivitas di bidang musik yang berkaitan dengan kreasi, reproduksi, distribusi, serta mengkonsumsi.
4. Kreasi ialah sesuatu proses pembuatan karya musik berbentuk penuangan benak dan realisasi inspirasi serta gagasan sehingga jadi sesuatu karya musik yang utuh.
5. Reproduksi ialah proses penempatan karya musik pada media tertentu dalam wujud fisik maupun digital serta pemanfaatan kembali buat konsumsi berikutnya.
6. Distribusi ialah sesuatu proses penyampaian produk musik dalam wujud fisik ataupun digital ke warga, baik secara langsung ataupun tidak langsung.
7. Konsumsi ialah sesuatu proses pemanfaatan karya ataupun produk musik oleh warga dalam wujud raga, digital, ataupun pertunjukan.
8. Pelaku/ Praktisi Musik ialah orang ataupun tubuh usaha yang melaksanakan seluruh tipe aktivitas yang berhubungan dengan kreativitas, seni, serta/ ataupun usaha di bidang musik.
9. Apresiasi ialah upaya guna membagikan evaluasi lebih kepada karya musik ataupun pelaksana/ praktisi musik.

Menurut Riset *The Mapping Indonesia Music Sector Ecology* bahwa kesulitan ekosistem musik di Kota Bandung yaitu banyak dikuasai oleh perusahaan rokok, branding clothing local. Dulu tidak adanya pelaku yang masuk ke industri musik untuk memulai menjadi booking agent, promotor band, event organizer, social media marketing, publisher, music director, music producer, business manager, dan musisiK journalist secara profesional. Dalam sebagian tahun terakhir saja nyaris tidak terdapat festival musik kecuali yang terbuat serta disponsori perusahaan rokok. Bila dilihat dari aspek sosial, ekosistem musik di Kota Bandung memerlukan kedudukan ruang sosial serta ruang kreatif yang inklusif sehingga terjalin bermacam kerjasama antar stakeholder. (Resmadi & Bastari, 2020)

2.5 Teori Komunikasi Visual

Menurut Buku *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Untuk Pemula* karya Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia (2020:15) Desain Komunikasi Visual ialah seni dalam membawakan informasi maupun pesan dengan mengenakan bahasa visual yang di informasikan melalui media berupa desain. Desain Komunikasi Visual bertujuan buat menginformasikan, mempengaruhi, hingga mengubah perilaku sasaran (audience) sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek guna, estetika, dan berbagai aspek yang lain, yang biasanya datanya didapatkan dari riset, pemikiran, brainstorming, maupun dari desain yang sudah ada sebelumnya.

2.6 Website

Website juga merupakan informasi yang menggambarkan gabungan dari bacaan, foto, animasi, dan suara. Informasi tersebut telah ditampilkan pada sebagian kumpulan halaman. Menjadikan rangkaian bangunan yang berkaitan dengan jaringan halaman pada *website* (Hidayat, 2010: 2 dalam Supriadi, dkk., 2020).

2.7 UI/UX

a. UI (*User Interface*)

Menurut Buku *Ajar Desain Grafis dan Multimedia* (2019:103) UI ataupun User Interface ialah mekanisme antara pengguna (user) dengan sistem pada suatu program, baik itu aplikasi website, mobile, maupun aplikasi. Mekanisme itu disesuaikan dengan kebutuhan pengguna terhadap program yang tengah dibesarkan. Cakupan UI itu meliputi tampilan fisik, pemakaian warna, tampilan animasi, sampai pola komunikasi suatu program dengan penggunaannya.

b. UX (*User Experience*)

Menurut Buku *Ajar Desain Grafis dan Multimedia* (2019:106) UX ataupun User Experience memanglah tidak sangat jauh berbeda dengan UI. Perbedaannya terletak pada fokus utama ikatan komunikasi antara pengguna dengan programnya, adalah berfokus pada pengalaman penggunaannya.

User experience merupakan interaksi pengguna dengan produk ataupun sistem, maupun yang berkaitan dengan user interface mengaitkan bayangan, anggapan, dan perasaan (Tom Tullis dan Bill Albert, 2013:4 dalam Resmadi dan Hidayat., 2020),

2.8 Tipografi

Menurut David Crystal (1987) dalam buku “Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula” Tipografi adalah kajian tentang fitur-fitur grafis dari lembar halaman.

Tipografi merupakan proses seni visual grafis untuk menyusun menggunakan bahan publikasi memakai huruf cetak. Oleh karena itu Lazlo Maholy berkomentar bahwa tipografi merupakan perlengkapan komunikasi. Tipografi wajib dapat berbicara dalam wujud yang sangat kokoh, jelas, serta terbaca. (Ismayana, I., Hidayat, S., & Aditya, D., 2016).

2.9 Layout

Layout merupakan proses menggabungkan elemen-elemen pada desain yang membentuk sebuah pola yang berseni dengan kata lain adalah suatu cara mengatur bidang dan bentuk (Gavin Amborse & Paul Harris (2005) dalam Hidayat, Resmadi., 2016).

2.10 Design Thinking

Design thinking ialah metode dalam desain untuk memecahkan masalah. Design thinking juga sanggup menanggulangi permasalahan yang kompleks dengan cara memahami kebutuhan manusia yang terlibat, kemudian menyeparasi ulang masalahnya, dan menginovasi ide-ide baru dalam sesi brainstorming atau dengan kata lain dapat juga mengambil pendekatan langsung untuk pembuatan ide prototipe dan pengujian.

3. KONSEP & HASIL PERANCANGAN

3.1 Konsep Pesan

Konsep pesan akan disampaikan melalui Opportunity (peluang) dari website akses untuk musisi pemula pada industri musik di Kota Bandung. Konsep pesan yang disampaikan kepada musisi pemula adalah menjadikan website untuk akses musisi pemula sebagai salah satu cara musisi pemula untuk berkembang dan aktif di industri musik.

Penulis ingin menyampaikan pendapat bahwa informasi mengenai tentang industry musik merupakan hal penting yang harus diketahui. Pesan yang ingin disampaikan penulis adalah musisi pemula di Kota Bandung harus mengetahui akses ke industri musik, pengetahuan terhadap musik dari segi industri musik, teknis produksi, dan cara memasarkannya, media yang dapat menjadi mentor. Perancangan ini akan menginformasikan musisi pemula mengenai akses, pengetahuan, dan media, supaya musisi pemula tidak asal berkarya saja perlu mengetahui tentang akses musik, 48 pengetahuan musik dan media untuk promosi. Perancangan ini sudah memiliki identitas. Nama yang digunakan pada website ini adalah “warkopmusik.id” dengan tagline “Hear, Admire, Record It”.

Tujuan dari pesan yang disampaikan tersebut adalah untuk membantu pengunjung/pengguna website khususnya untuk musisi pemula untuk mengatasi masalah akses ke industri musik, pengetahuan terhadap musik dari segi industri musik, teknis produksi, dan cara memasarkannya, media yang dapat menjadi mentor. Serta sebagai wadah/hub/community untuk musisi pemula untuk sharing antar musisi tentang informasi musisi. Dengan adanya wadah/hub/community membuat musisi pemula semakin percaya diri.

Oleh karena itu, karena pendekatan tidak menggunakan media buku yang membuat bosan, website adalah salah satu media informasi dan pembelajarannya yang efektif di era sekarang.

Kata Kunci: Musisi Pemula, Akses, Percaya Diri

3.2 Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang diterapkan pada media utama maupun pendukung adalah merancang media informasi berupa *website* yang berisikan pemahaman tentang mengatasi masalah akses ke industri musik, pengetahuan terhadap musik dari segi industri musik, teknis produksi, dan cara memasarkannya, dan media yang dapat menjadi mentor. Oleh karena itu ditargetkan untuk yang berusia 17 tahun hingga 30 tahun berdomisili di Kota Bandung yang lebih banyak

mengakses media sosial. Karena website mudah diakses oleh musisi pemula dan masyarakat Kota Bandung terutama remaja melalui akses internet. Dengan rancangan konsep visual yang disesuaikan dengan warkop musik yang mempunyai gambaran untuk mendokumentasikan musisi pemula ke industri musik. Warna yang akan digunakan seperti warna gradasi dari hijau ditambah dengan warna hitam, putih, abu, dengan warna monochrome sehingga menonjolkan kesan simple, elegant dan modern pada tampilan user interface nya. Penggunaan typeface jenis sans serif yaitu font family dari font trueno untuk bagian headline, sub-headline, dan body text untuk memberikan kesan modern.

3.3 Konsep Visual

3.3.1 Moodboard

Moodboard sangat diperlukan oleh desainer untuk membuat perancangan suatu tema dan konsep. Dari moodboard inilah penulis menemukan tema dan warna yang sesuai untuk identitas dan perancangan pada websitenya.

3.3.2 Warna

Warna yang dipilih untuk perancangan tampilan pada website adalah biru, dan turunan hijau yang menyesuaikan dengan moodboard yang sudah dibuat oleh penulis dan pemilihan warna sesuai logo akusisi yang simple, fresh and young.

3.3.3 Tipografi

Tipografi yang digunakan untuk perancangan website ini adalah penggunaan typeface jenis sans serif yaitu font family dari font trueno untuk bagian headline, sub-headline, dan body text untuk memberikan kesan simple, freesh & young.

3.3.4 Logo

Bentuk dan konsep pada logo website dirancang menggabungkan salah satu alat yaitu microphone dengan vokalis yang sedang mengangkat tangannya, seakan-akan mengajak musisi pemula juga bisa bersuara.

3.3.5 Aset Visual

Selain menampilkan warna, font, dan layout, aset visual juga diperlukan sebagai pendukung isi konten informasi di dalam webnya.

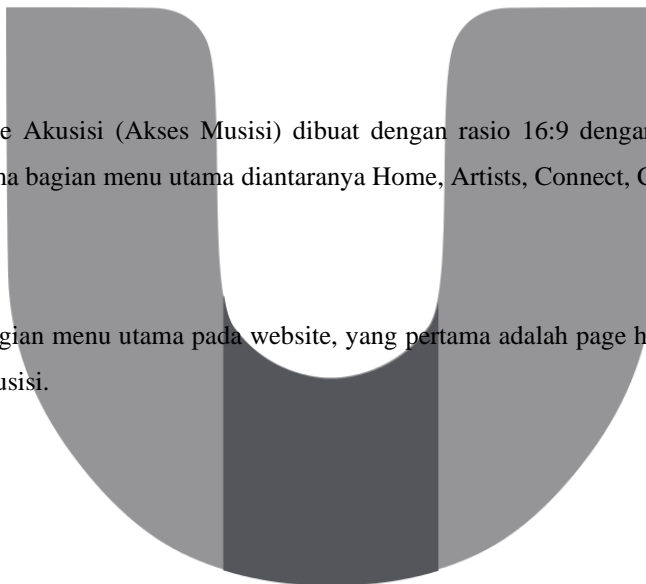
3.4 Hasil Perancangan

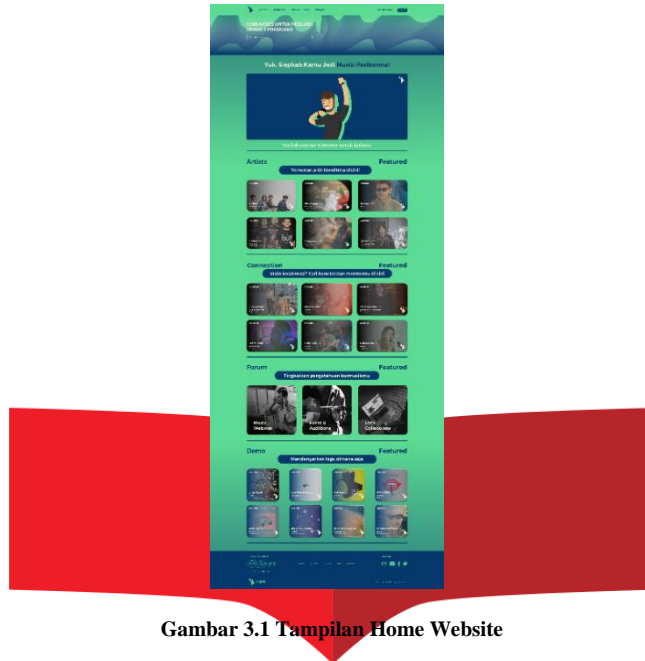
3.6.1 Media Utama

Rancangan website Akusisi (Akses Musisi) dibuat dengan rasio 16:9 dengan ukuran 1366 x 768 pixel. Website juga terdiri dari lima bagian menu utama diantaranya Home, Artists, Connect, Community, Demo, Contact.

1. Home

Terdapat Enam bagian menu utama pada website, yang pertama adalah page home yang didalamnya berisi ringkasan fitur Website Akusisi.



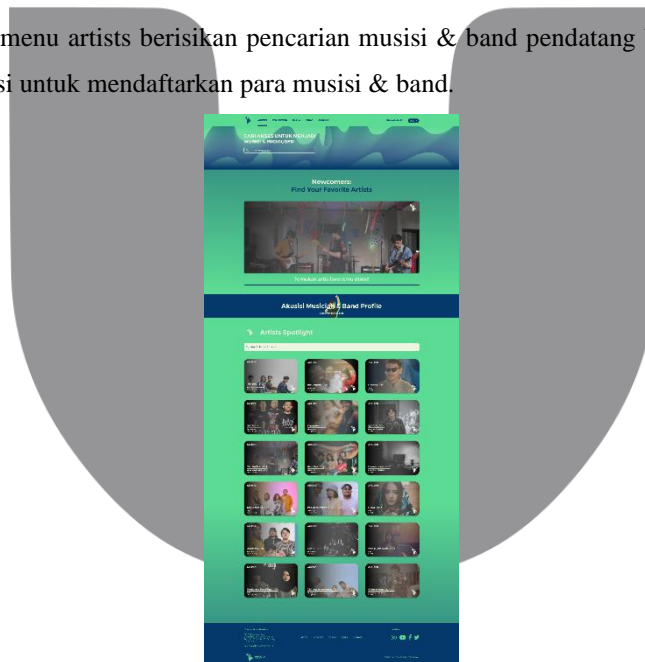


Gambar 3.1 Tampilan Home Website

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021

2. Artists

Isi tampilan pada menu artists berisikan pencarian musisi & band pendatang baru, serta berisi profile dari musisi & band dan registrasi untuk mendaftarkan para musisi & band.



Gambar 3.2 Tampilan Artists Website

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021

3. Connection

Pada tampilan menu connection berisikan pencarian seorang musisi pendatang baru, untuk berkolaborasi Bersama, fitur ini bertujuan untuk membantu musisi yang masih pemula agar selalu mendapatkan pengalaman.



Gambar 3.3 Tampilan Connection Website

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021

4. Forum

Pada tampilan menu forum terdapat portal musik yang memiliki fungsi untuk musisi pemula berdiskusi dengan mengenal lebih dekat musisi profesional atau mentor. dan dapatkan pengalaman bermusikmu di akusisi.



Gambar 3.4 Tampilan Forum Website

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021

5. Demo

Pada tampilan menu demo berisikan single, album, eps, dan musisi pendatang baru. Fungsi fitur ini untuk mendengarkan musik yang dibuat oleh para musisi. Dan mempromosikan karya musikmu & temukan penggemar barumu sekarang.



Gambar 3.5 Tampilan DemoArtists Website

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021

6. Contact

Tampilan menu contact berisikan About, Kontak, Lokasi & Media Sosia yang bisa dihubungi, pada fitur ini hanya untuk memberi informasi.



Gambar 3.6 Tampilan Contact Website

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021

3.6.2 Media Pendukung

1. Media Pendukung Utama

a. Flyer

Flyer akan dibuat sebagai bentuk fisik dengan di cetak. Flyer ini juga sangat mudah untuk disebarakan sebagai iklan dengan strategi AISAS yaitu Attention. Dengan Pembagian Flyer ini yang bertujuan untuk target sarannya itu para musisi pemula dan masyarakat mengetahui informasi tentang website akses musisi.

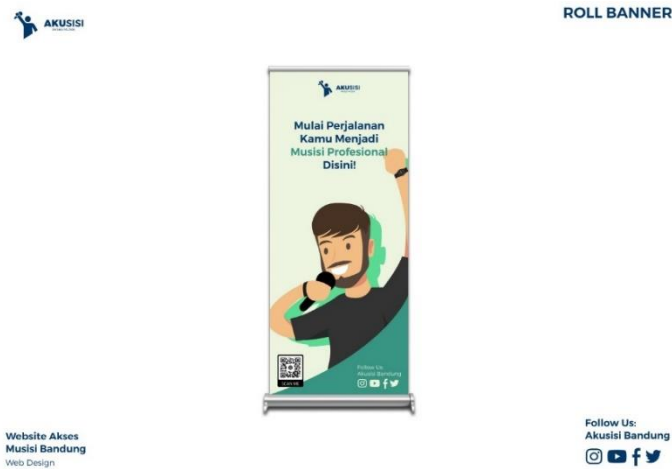


Gambar 3.7 Flyer

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021

b. Roll Banner

Roll Banner dibuat sebagai bentuk fisik sama dengan flyer. Roll Banner ini akan ditempatkan saat ada acara dan event music saja sebagai strategi AISAS yaitu attention. Dengan adanya Roll Banner tersebut yang bertujuan untuk pengunjung mengetahui bahwa informasi tentang website akses musisi.

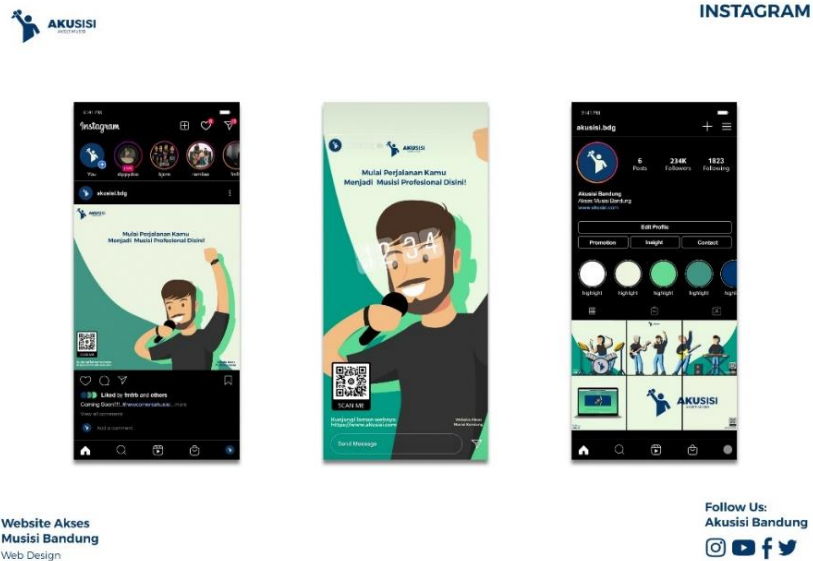


Gambar 3.8 Roll Banner

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021

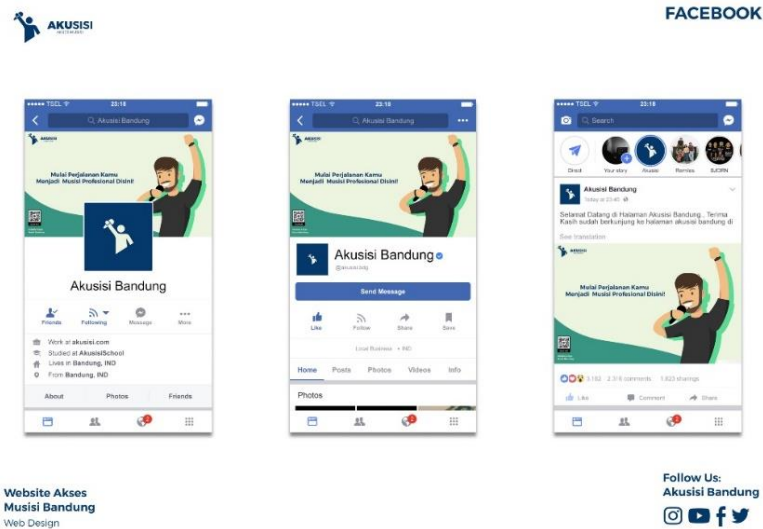
c. Media Sosial

Media Sosial Instagram dan Facebook berperan cukup efektif untuk pengunjung dan pengguna akan lebih tertarik ketika sedang membuka sosial media dan melihat poster dari segi visual yang disampaikan. Yang pertama adakah pembuatan akun Instagram website akses musisi, Setelah itu, pengunjung dan pengguna akan mulai mencari website lebih lanjut dengan mencari di sosial media terutama facebook dan Instagram.



Gambar 3.9 Profile, Feeds, Story Instagram

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021



Gambar 3.10 Profile, Fan Page, Feeds Facebook

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021

2. Media Pendukung Sekunder

a. Acara Live Webinar

Poster acara live webinar ini dibuat sebagai bentuk fisik sama dengan flyer dan roll banner. Poster ini akan ditempatkan saat ada acara dan event musik, selain di event poster ini di sebarakan melalui social media sebagai strategi AISAS yaitu attention. Dengan adanya Poster tersebut yang bertujuan untuk pengunjung mengetahui bahwa informasi tentang website akses musisi.



Gambar 3.11 Poster Acara Live Webinar

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021

b. Merchandise

Merchandise akan digunakan sebagai branding di website akusisi. Merchandise yang dibuat ini sebagai media untuk menarik perhatian. Berikut beberapa merchandise yang dibuat diantaranya ada t-shirt, hoodie, totebag, mug, pin, facemask, dvd/cd & sticker sebagai strategi AISAS yaitu Interest dan Share



T-SHIRT



Website Akses
Musisi Bandung
Web Design

Follow Us:
Akusisi Bandung

Gambar 3.12 T-Shirt

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021



HOODIE



Website Akses
Musisi Bandung
Web Design

Follow Us:
Akusisi Bandung

Gambar 3.13 Hoodie

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021



TOTEBAG



Website Akses
Musisi Bandung
Web Design

Follow Us:
Akusisi Bandung

Gambar 3.14 Totebag

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021



MUG



Website Akses
Musisi Bandung
Web Design

Follow Us:
Akusisi Bandung

Gambar 3.15 Mug

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021



PIN



Website Akses
Musisi Bandung
Web Design

Follow Us:
Akusisi Bandung

Gambar 3.16 Pin

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021



FACEMASK



Website Akses
Musisi Bandung
Web Design

Follow Us:
Akusisi Bandung

Gambar 3.17 Facemask

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021



DVD OPTICAL DRIVE



Website Akses
Musisi Bandung
Web Design

Follow Us:
Akusisi Bandung

Gambar 3.18 DVD/CD

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021



STICKER



Website Akses
Musisi Bandung
Web Design

Follow Us:
Akusisi Bandung

Gambar 3.19 Sticker

Sumber: Fahmi Mohammad Farabi, 2021

4. KESIMPULAN

Pada Perancangan Website Akses untuk Musisi, dapat disimpulkan bahwa perancangan aplikasi sebagai akses media tentang musik di kota Bandung ini bisa menjadi sangat efisien dan efektif dikalangan masyarakat Indonesia dan musisi pemula di Indonesia. Dimana musisi di Indonesia maupun masyarakat di Indonesia akan mengetahui mulai dari yang belum mengetahui informasi tentang musik dari segi peluang industri musik, teknis produksi, dan bagaimana cara memasarkannya.

Kebebasan bermusik bukan lagi soal lagi umur tapi kreatifitas dalam membangun suatu karya musik. Di era digitalisasi ini platform musik sangat membantu para musisi pemula untuk meningkatkan bakat mereka serta kemudahan dalam akses informasi musik, dan teknis produksi musik. Karena zaman sekarang, masyarakat sudah tak kesulitan saat ingin mendengarkan musik. Di era digitalisasi, dimana musisi bisa mulai dari membuat, merekam, hingga distribusi karyanya sendiri melalui platform musik.

Berdasarkan hal tersebut, banyaknya platform website musik yang dominan digunakan user, respon pengguna cenderung mempunyai masalah tersendiri. Terutama untuk membangun jejaring dalam komunitas bermusik, maka dari itu platform ini dirancang untuk mawadahi musisi pemula yang masih awam dalam informasi musik dari segi peluang, teknis produksi, branding, dan pemasaran karya. Sehingga platform musik ini dapat menjadi suatu inovasi terbaru.

REFERENSI

Buku

- Suyanto, A. H. (2007). STEP BY STEP THEORY AND PRACTICES. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Ngalimun S.Pd., M. M. (2017). ILMU KOMUNIKASI SEBUAH PENGANTAR PRAKTIS. Yogyakarta: KDT (Katalog Dalam Terbitan).
- Resmadi, I. (2018). JURNALISME MUSIK DAN SELINGKAR WILAYAHNYA. Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).
- Mulyana, D., Putra, A. P., & Suriansyah, M. I. (2019). BUKU AJAR DESAIN GRAFIS DAN MULTIMEDIA. Kota Bogor: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
- Soewardikoen, M.Sn., D. W. (2019). METODE PENELITIAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. Yogyakarta: PT Kanisius (Anggota IKAPI).
- Anggraini S, L., & Nathalia, K. (2020). DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DASAR-DASAR PANDUAN UNTUK PEMULA. Bandung: Nuansa Cendekia.

Sitasi

- Asyrof, F., Hidayat, S., & Resmadi, I. (2021). Perancangan Typeface Eksperimental Berdasarkan Perubahan Gaya Visual Di Kota Bandung. *eProceedings of Art & Design*, 8(2).
- Ismayana, I., Hidayat, S., & Aditya, D. (2016). Perancangan Buku Biografi Visual Reach & Rich Records. *eProceedings of Art & Design*, 3(2).
- Maynarni, B. W., Naufalina, F. E., & Supriadi, O. A. (2020). Perancangan Website Edukasi Stunting Dan Pencegahannya Pada Balita Untuk Para Ibu Di Babakan Ciparay. *eProceedings of Art & Design*, 7(2).
- Resmadi, I. (2018). *JURNALISME MUSIK DAN SELINGKAR WILAYAHNYA*. Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).
- Resmadi, I., & Hidayat, S. (2020). Proses Komunikasi Para Perancang Cover Album Musik Independen di Kota Bandung Pada Era 1990-an dan Era 2000-an. *JURNAL RUPA*, 5(1), 9-22.
- Resmadi, I., Bastari, R. P., & Prahara, G. A. (2020). ANALISIS STRATEGI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL LABEL REKAMAN INDEPENDEN DI ERA DIGITAL. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 5(2), 212-232.

Sumber Lain

Hastuti, P., & Sos, S. (2020). DINAMIKA EKOSISTEM INDUSTRI MUSIK INDONESIA PADA MASA PANDEMI COVID-19. Masyarakat Indonesia, 46(2), 221-239.

Beritabaik, 2020, bicara ekosistem musik di bandung dengan idhar resmadi, dari <https://beritabaik.id/read?editorialSlug=musik&slug=1591678798643-bicara-ekosistem-musik-di-bandung-dengan-idhar-resmadi>

antaranews, 2020, ekosistem industri musik perlu dibangun di setiap kota, dari <https://www.antaranews.com/berita/1174392/ekosistem-industri-musik-perlu-dibangun-di-setiap-kota>
saveasbrand, 2015, 22 Desember. kenali 5 unsur ini dalam desain grafis, dari <https://saveasbrand.com/kenali-5-unsur-ini-dalam-desain-grafis/>

appkey, 2019, 21 Maret. Apa itu sitemap, dari <https://appkey.id/pembuatan-website/teknologi-web/apa-itu-sitemap/>
medium, 2019, 21 Maret. 5 tahap design thinking menurut Stanford dl school, dari <https://medium.com/@murnitelaumbama98/5-tahap-design-thinking-menurut-stanford-dl-school-e06f871c45c9>

learninghub.id, 2019, Draft RUU Permusikan 15 Agustus 2018, dari <https://learninghub.id/wp-content/uploads/2019/02/Draf-RUU-Permusikan-15-Agustus-20181.pdf>

