

BAB I

PENDAHULUAN

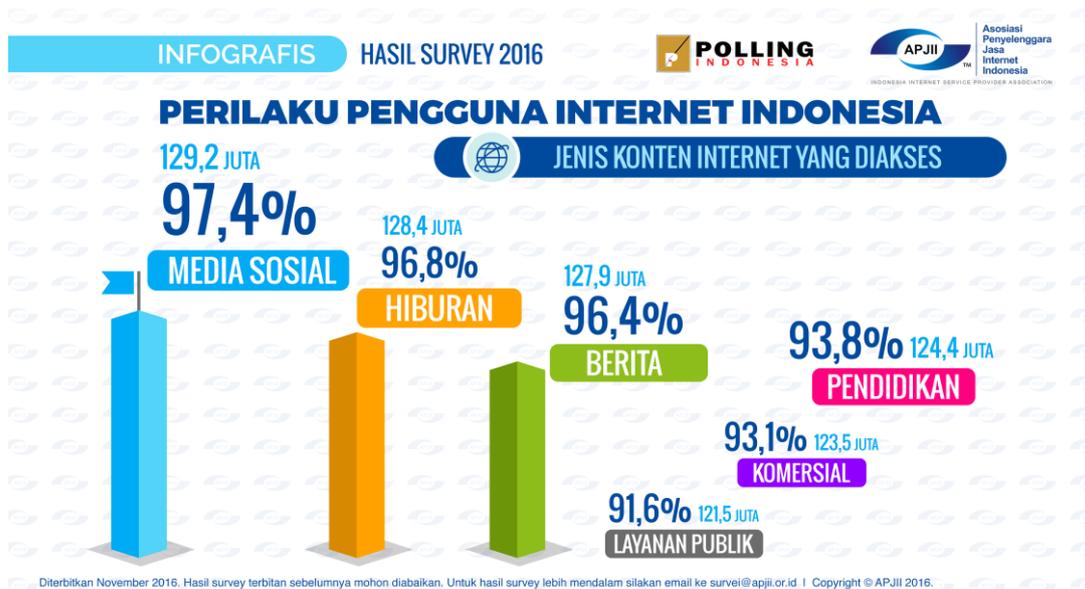
1.1 Latar Belakang

Pada hakikatnya manusia merupakan makhluk sosial, dimana makhluk sosial tidak bisa hidup sendiri dan selalu membutuhkan orang lain. Manusia membutuhkan manusia lainnya untuk menjalankan hidupnya, dan manusia mulai membentuk sebuah komunitas berdasarkan hobi, keinginan, dan cara pandang yang sama terhadap sesuatu. Pengertian Komunitas Menurut Kertajaya Hermawan (2008:56), adalah sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, karena didalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas' tersebut karena adanya kesamaan interest atau values.

Perkembangan komunitas saat ini semakin maju karena banyak anak muda yang membuat sebuah komunitas karena mereka memiliki ketertarikan pada suatu hal yang sama dengan yang lainnya sehingga mereka mulai mendirikan sebuah komunitas. Banyak yang mendirikan komunitas karena memiliki selera musik yang sama atau ketertarikan akan *genre* musik yang sama. Komunitas sebagai kelompok sosial dari beberapa orang yang umumnya memiliki ketertarikan akan suatu hal yang sama. Menurut Wenger (2002:4) dalam komunitas manusia, individu yang ada di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa.

Komunitas *offline* adalah komunitas yang terbentuk karena adanya kesamaan antara niat, hobi, ataupun keinginan yang sama dan dapat dipertemukan di kehidupan nyata. Komunitas *offline* dapat bertemu secara langsung dengan tatap muka sesama anggota dan tidak menggunakan media internet sebagai medianya. Komunitas *offline*, bisa bercerita dan bertukar pikiran secara langsung tanpa menggunakan internet.

Komunitas *online* adalah komunitas yang disatukan oleh pekerjaan, hobi, ataupun keinginan yang sama dimana media integrasinya yaitu dengan menggunakan internet. Dengan adanya komunitas *online* ini membuat masyarakat ataupun anggota dapat dengan mudah mengakses informasi tentang sebuah komunitas yang ada dari media sosial kapan saja dan dimana saja.



GAMBAR 1.1

DATA JENIS KONTEN INTERNET YANG DIAKSES TAHUN 201

Sumber: www.apjii.or.id, 2017

Dari hasil survey Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 dijelaskan bahwa dari total jumlah pengguna internet di Indonesia yaitu sebanyak 132,7 juta *user* paling banyak pengguna internet tersebut adalah membuka media sosial. Ada 129,2 juta *user* atau sekitar 97,4% pengguna internet mengakses media sosial. Dan adapun jenis konten lain yang sering di akses oleh pengguna internet yaitu mengakses hiburan, beria, pendidikan, komersial, dan layanan publik. Jenis-jenis konten yang diakses oleh para pengguna internet merupakan salah satu kebutuhan mereka sehari-hari yang sesuai dengan pekerjaan masing-masing pengguna internet.

Fenomena media sosial yang sangat luar biasa dan tidak terelakan dipengaruhi karena media sosial sangat membantu dan menunjang keperluan masyarakat dalam berbagai aktifitas baik itu pekerjaan maupun hiburan. Dengan media sosial masyarakat dapat dengan bebas memilih dan mencari sesuatu apa yang mereka ingin lihat karena mereka memiliki kebebasan dalam memilah apa yang ingin dilihat.

Perkembangan media sosial saat ini terus maju dengan pesat dengan adanya pengguna media sosial yang sangatlah banyak, hamper semua kalangan usia menggunakan media sosial. Salah satu media sosial yang sangat terkenal adalah Instagram. Instagram

merupakan sebuah aplikasi untuk berbagi foto, video dengan membagikannya ke orang banyak.

Seperti yang diungkapkan oleh Paul Webster sebagai *Brand Development Lead Instagram APAC*, “Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak dengan 89 persen Instagrammers yang berusia 18-34 tahun mengakses IG setidaknya seminggu sekali dan Instagrammers mayoritas anak muda, terdidik, dan mapan. Rata-rata mereka berusia 18-24 tahun sebanyak 59 persen, usia 45-34 tahun 30 persen, dan yang berusia 34-44 tahun 11 persen. Pengguna IG perempuan yang paling aktif sebanyak 63 persen dan laki-laki 37 persen.” (Sumber: <https://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89/> Diakses pada Senin, 10 Oktober 2017/ 20.10)

Instagram merupakan salah satu *platform* yang sering digunakan untuk mempromosikan sesuatu, seperti mempromosikan diri sendiri, *event*, produk, ataupun jasa. Saat ini Instagram merupakan media promosi *online* yang dibutuhkan oleh semua masyarakat di media *online*. Instagram juga lebih mengutamakan foto dan video sebagai alat untuk mempromosikan agar lebih menarik perhatian masyarakat dibandingkan dengan kata-kata. Sosial media digunakan sebagai media *online* yang efektif karena menimbulkan efek *viral* karena menimbulkan penyebaran informasi yang sangat cepat. Banyaknya penduduk Indonesia yang menggunakan media sosial menjadi peluang bagi bisnis untuk memanfaatkannya dalam pemasaran.

Dengan menggunakan media sosial Instagram, setiap orang bisa memberikan komentar positif atau negatif dari akun mereka. Saat ini, masyarakat dapat menilai sendiri mana akun Instagram yang layak untuk diikuti ataupun yang tidak. Bukan hanya untuk mempromosikan produk, tetapi Instagram juga mempromosikan suatu komunitas. Dengan adanya media sosial Instagram, sebuah produk atau brand dapat diketahui banyak orang melalui unggahan, *story / snapchat* bahkan menggunakan *Hashtag*.

Menurut Country Director Indonesia Facebook Indonesia Si Widowati, menyatakan pengguna media sosial Instagram di Indonesia merupakan salah satu yang memanfaatkan konten Instagram Stories di dunia sejak fitur tersebut diluncurkan. Instagram Stories kini memiliki 250 juta pengguna aktif setiap hari secara global, sepertiga dari konten yang paling sering dilihat berasal dari sektor bisnis. Pengguna Instagram di Indonesia pun masuk kedalam lima besar negara yang paling sering menggunakan Instagram sebagai

akun bisnis, bersama Amerika Serikat, Brazil, Rusia dan Inggris Raya. (Sumber: antaranews.com, 2017).

Suara Disko merupakan sebuah komunitas yang pertama kali mempopulerkan kembali musik Indonesia tahun 80an dengan konsep disko dan dengan tidak adanya komunitas lainnya yang sejenis membuat Suara Disko menjadi satu-satunya komunitas saat ini yang ingin mempopulerkan kembali musik-musik Indonesia tahun 80an. Pada awalnya, komunitas 'Suara Disko' ini ingin mempopulerkan kembali musik tahun 80 berawal dari sekumpulan orang yang mengoleksi piringan hitam lagu-lagu Indonesia yang menginginkan lagu-lagu Indonesia populer kembali. Dengan adanya keinginan tersebut maka adanya budget yang ditawarkan oleh Sampoerna dan dimanfaatkan oleh komunitas 'Suara Disko' ini sebagai langkah awal untuk mempopulerkan kembali musik tahun 80an dengan membuat acara. Dengan membuat sebuah acara maka langkah selanjutnya yang mereka ambil adalah dengan mengundang para *trendsetter* dikalangan remaja Jakarta untuk datang di acara tersebut karena dengan mengundang orang-orang yang memiliki pengaruh besar dikalangan remaja dapat membuat sebuah acara tersebut menjadi diminati banyak orang. Dengan mengunggah acara tersebut membuat banyak orang yang melihat dan ingin tahu maka mereka mencari tahu apa itu Suara Disko dan apa yang dibuat oleh komunitas tersebut.

Selain membuat acara, komunitas 'Suara Disko' pun mempopulerkan kembali musik 80 melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan media partner yang digunakan untuk mempromosikan acara dari komunitas 'Suara Disko' untuk mempopulerkan kembali musik tahun 80an. Media sosial yang digunakan oleh komunitas 'Suara Disko' seperti Instagram (@suaradisko), Facebook (Suara Disko) ini memiliki pengikut yang sudah cukup banyak. Instagram Suara Disko ini juga dapat menyebarkan kembali acara yang dibuat untuk mempopulerkan kembali musik tahun 80an ke publik.

Selain memberikan hiburan, mereka juga memberikan edukasi tentang musik tahun 80an dengan memperkenalkan lagu-lagu Indonesia. Dengan kembali diadakannya Suara Disko ini, dengan berhasil membuktikan jika lagu disko asal Indonesia layak digunakan untuk berpesta. Tujuan lain dari Suara Disko adalah sebagai jembatan apresiasi kepada salah satu era paling cemerlang untuk dunia musik lokal. Tak sampai disitu, nilai-nilai edukasi juga terkandung dalam acara Suara Disko dalam hal memperkenalkan kembali musik tahun 80an yang ada di Indonesia sejak awal tahun 80an melalui sebuah pesta dansa

yang dikemas dengan nuansa dan suasana pesta di Indonesia pada era tersebut. Dengan adanya *event* Suara Disko membuat generasi millennials mengingat kembali musik-musik Indonesia tahun 80an yang merupakan lagu-lagu yang sangatlah terkenal pada masanya.

Komunitas yang sudah berdiri sejak tahun 2015 ini sudah memiliki pasarnya sendiri yaitu kalangan anak muda yang merindukan akan musik Indonesia tahun 80an. Komunitas

Suara Disko : Menghidupkan Kembali Sound Disko Lokal

by Party Madness | 4.944 views | a year ago

Setelah beberapa kali digelar di Jakarta, Suara Disko adalah sebuah *event* yang telah memiliki identitasnya sendiri. Dengan ciri khas memainkan musik disko lokal dekade 70 dan 80an, Suara Disko sudah memiliki pengikut loyal yang senantiasa selalu bernyanyi dan berdansa bersama setiap kali *event* Suara Disko digelar. Dikomandoi oleh Aat dan Merdi yang juga merupakan kolektif Diskoria, keduanya memang telah terbukti sebagai kolektor *vinyl* yang tidak bisa dipandang sebelah mata, dan apa yang telah mereka lakukan untuk *scene* disko lokal pantas mendapat acungan jempol.

Suara Disko ini sudah mengadakan *event* diberbagai daerah di Indonesia seperti, Jakarta, Bandung Yogyakarta dan Semarang. Suara Disko hadir memberikan musik disko asli Indonesia dari era 80an yang didominasi oleh nuansa warna cerah dan elemen keceriaan khas pada era tersebut lainnya. Musik yang dimainkan pada acara ini kembali diberikan oleh Diskoria yang beranggotakan duo *disc jockey* Aat dan Merdi. Dengan koleksi piringan hitam dan lagu-lagunya, Diskoria mengajak semua yang hadir untuk ikut berdansa dengan lagu-lagu klasik disko dari nama-nama besar musisi Indonesia, seperti **Chaseiro, Denny Malik, Guruh Soekarno Putra, Ruth Sahanaya** hingga **Chrisye**, dan lainnya yang dimainkan secara berturut-turut. (Sumber: lockerradio.com, 2017)

GAMBAR 1.2

BERITA TENTANG SUARA DISKO

Sumber: www.qubicle.com, 2017

Dalam berita yang disampaikan oleh situs qubicle.id menyatakan bahwa komunitas “Suara Disko” merupakan suatu komunitas yang menghidupkan kembali sound disko lokal. Dengan adanya komunitas ini membuat anak muda mengingat kembali musik-musik Indonesia yang dulu pernah menjadi lagu-lagu terkenal pada masanya. Dengan berkolaborasi dengan salah satu DJ yaitu diskoria membuat komunitas ini menjadikan

disetiap unggahannya biasanya mengunggah poster *event* dan *crowded* nya acara yang mereka selenggarakan dengan unggahan berupa foto dan video. Dari unggahan foto dan video yang diunggah oleh Suara Disko ini memiliki tujuan yaitu untuk mempromosikan komunitas yang mereka buat untuk mengingat kembali musik-musik di era 80an.

Semenjak komunitas ini didirikan, ada beberapa brand yang ikut serta untuk menjadi sponsor dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh komunitas “Suara Disko” ini yaitu, Sampoerna A *Mild*. Sampoerna A *Mild* adalah perintis rokok *mild* di Indonesia sejak awal tahun 80an. Perusahaan ini telah bekerja keras untuk mempromosikan dan mengedukasi pasar tentang kelebihan dari rokok *mild*. Hasilnya tidak mengecewakan, rokok Sampoerna A *Mild* mendapat respon yang bagus dan pasarnya terus berkembang. Menurut salah satu anggota dari komunitas “Suara Disko” Biandi, mulai tahun 2018 Sampoerna A *Mild* mendukung penuh setiap acara yang akan dibuat oleh komunitas “Suara Disko”.

Selain produk rokok, ada juga beberapa *brand* yang sudah melakukan kerjasama dengan Suara Disko seperti, UBER, DOMINATE, serta beberapa tempat yang bekerjasama oleh Suara Disko seperti, The Goods Dinner, Verde, Lucy in The Sky, dll. Selain itu ada juga musisi yang ikut berpartisipasi dalam komunitas “Suara Disko” seperti Fariz RM. Fariz Rustam Munaf atau lebih dikenal sebagai Fariz RM adalah penyanyi dan musikus Indonesia yang sempat menjadi lagu terkenal di dunia musik Indonesia pada awal tahun 1980-an. (Sumber: profil.merdeka.com, 2017) Menurut Biandi, saat ini Fariz RM sudah masuk kedalam komunitas “Suara Disko”. Musisi yang sudah pernah ikut berpartisipasi dalam acara yang diadakan komunitas “Suara Disko” saat ini selain Fariz RM adalah The Groove dan Agrikulture. The Groove merupakan group musik yang terkenal pada saat tahun 1990-an dan banyak sekali lagu-lagu yang terkenal seperti, dahulu, khayalan, dan satu mimpiku.

Selain bekerjasama dengan beberapa merek, Komunitas Suara Disko juga sudah mendapatkan satu penghargaan dari Prambors Radio pada saat peringatan hari sumpah pemuda tahun 2017 yaitu, Prambors Radio memilih pemuda-pemuda inspiratif di Jakarta dan penghargaan tersebut diberikan nama “PRAMBORS YOUTHOBBER”. Penghargaan ini merupakan penghargaan pertama kali yang didapatkan oleh Komunitas Suara Disko selama 3 tahun berdiri.



GAMBAR 1.4

PENGHARGAAN SUARA DISKO

Sumber: Instagram, @suaradisko, 2017

Media sosial saat ini merupakan salah satu wadah untuk menyebarkan informasi tentang suatu produk atau brand. Walaupun belum ada data yang efektif tentang media sosial yang menarik konsumen lebih banyak tetapi cara itu yang selalu digunakan oleh brand untuk memasarkan produknya melalui sosial media salah satunya yaitu Instagram. Dengan aplikasi Instagram, komunitas *online* dapat memberikan informasi, membagikan cerita, foto dan video dari komunitas. Oleh karena itu, penggunaan Instagram untuk mempromosikan komunitas 'Suara Disko' untuk memperkuat *awareness* masyarakat terhadap musik tahun 80an yang membuat peneliti ingin menjadikan hal ini untuk diteliti

dengan mengambil judul “Peran Komunitas Online Suara Disko Dalam Membangun Brand Awareness Terhadap Musik tahun 80an Melalui Instagram.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka peneliti memutuskan untuk menarik rumusan masalah yaitu, Bagaimana Peran Komunitas Online ‘Suara Disko’ Dalam Membangun Brand Awareness Musik Tahun 80an Melalui Instagram.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Bagaimana Peran Komunitas Online ‘Suara Disko’ Dalam Membangun Brand Awareness Musik Tahun 80an Melalui Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Sebagai landasan bagi penelitian selanjutnya untuk dijadikan sebagai sumber, acuan, atau referensi untuk mendapatkan perbandingan penelitian.
2. Penelitian ini mampu memberikan masukan, saran, dan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti penelitian di bidang kajian yang sama.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan ajar dan evaluasi terhadap ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

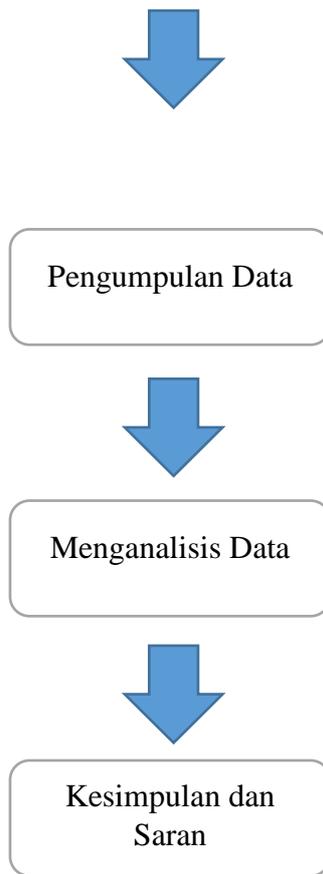
Penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam kepada peneliti mengenai Brand Communiy dalam membangun *awareness* masyarakat.

2. Bagi Akademik

Bahan penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi, acuan, dan referensi bagi pihak akademik Universitas Telkom fakultas Komunikasi dan Bisnis pada program jurusan Ilmu Komunikasi untuk kajian penyusunan penelitian selanjutnya.

1.5 Tahapan Penelitian





GAMBAR 1.5
TAHAPAN PENELITIAN

Sumber: Olahan Peneliti, 2017

Berdasarkan gambar diatas, dalam penelitian ini terdapat beberapa tahapan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan Topik Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih topik penelitian yaitu Komunitas “Suara Disko” Karena pada era digital saat ini komunitas yang ada semakin banyak dan semakin membawa peran tersendiri.

2. Menentukan Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan salah satu yang penting didalam penelitian, dan fokus penelitian ini adalah membangun awareness masyarakat terhadap musik tahun 80an.

3. Mengidentifikasi Subjek dan Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah membangun awareness masyarakat terhadap musik tahun 80an dan lokasi penelitiannya adalah di Jakarta.

4. Menentukan Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif.

5. Pengumpulan Data

Dalam tahapan ini peneliti melakukan pengumpulan data untuk dijadikan bahan ataupun referensi penelitian melalui buku, penelitian terdahulu, jurnal, artikel, dokumentasi berupa foto maupun video, dan wawancara.

6. Menganalisis Data

Setelah tahapan pengumpulan data selesai maka yang selanjutnya adalah melakukan analisis data yang membahas tentang teori-teori dan hasil dari pengumpulan data tersebut.

7. Kesimpulan dan Saran

Ini merupakan tahapan terakhir dari sebuah penelitian dimana dalam tahapan ini peneliti memberikan kesimpulan dari apa saja yang sudah diteliti oleh peneliti dan memberikan masukan dan saran yang dianggap masih kurang dari penelitian ini sehingga dapat dijadikan acuan yang lebih baik lagi.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian dalam penelitian ini adalah terletak di DKI Jakarta. Lebih tepatnya di beberapa tempat berbeda yaitu di Senayan, Panglima Polim, dan Dharmawangsa.

1.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dalam jangka waktu kurang lebih 5 bulan dari bulan Agustus 2017 sampai dengan Desember 2017. Adapun tahapan penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan

Kegiatan	Tahun 2017												Tahun 2018				
	Agustus			September			Oktober			November			Desember		Januari		
Mencari ide, referensi, dan menentukan fokus penelitian	■	■	■														
Mengkaji penelitian terdahulu				■	■	■											
Menyusun proposal penelitian							■	■	■								
Pengumpulan data primer dan sekunder di lapangan										■	■	■					
Proses analisis dan pengolahan data													■	■	■		
Pengolahan data dan penyelesaian kesimpulan dan saran penelitian																■	■

Sumber: Olahan Peneliti, 2017