

2. LANDASAN TEORI DAN IDENTIFIKASI DATA

2.1. Studi Literatur

2.1.1. Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Berdasarkan pengertian ini maka promosi merupakan aktivitas komunikasi yang berasal dari informasi yang tepat (Laksana 133).

Menurut Laksana (2008) perangkat promosi mencakup : (a) periklanan, (b) penjualan perseorangan, (c) promosi penjualan, (d) hubungan masyarakat, (e) informasi dari mulut ke mulut, (f) pemasaran langsung.

a. Periklanan (*Advertisement*)

Periklanan adalah segala bentuk penyajian non-personal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran (Kotler 578). Pada dasarnya pengiklanan adalah komunikasi yang efektif dalam merubah sikap dan perilaku konsumen. Beberapa tujuan periklanan adalah :

- Iklan yang bersifat memberikan informasi (*informative advertising*)
- Iklan membujuk (*persuasive advertising*)
- Iklan pengingat (*reminder advertising*)

b. Penjualan Perseorangan (*Personal selling*)

Sifat penjualan perseorangan lebih luwes karena tenaga penjualan dapat secara langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan dan perilaku masing-masing pembeli. Selain itu, tenaga penjualan juga dapat segera mengetahui reaksi calon pembeli terhadap penawaran penjualan, sehingga dapat mengadakan penyesuaian-penyesuaian di tempat pada saat itu juga.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin, yang ditujukan untuk

mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat promosi lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda (Laksana 149).

d. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Hubungan masyarakat sangat peduli terhadap beberapa tugas pemasaran, antara lain :

- Membangun citra
- Mendukung aktivitas komunikasi lainnya
- Mengatasi permasalahan dan isu yang ada
- Memperkuat *positioning* perusahaan
- Mempengaruhi publik yang spesifik
- Mengadakan peluncuran produk/ jasa baru

e. Informasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*)

Dalam hal ini peranan orang sangat penting dalam mempromosikan jasa. Pelanggan sangat dekat dengan penyampaian jasa. Dengan kata lain, pelanggan tersebut akan berbicara dengan pelanggan lain yang berpotensi tentang pengalaman dalam menerima jasa tersebut, sehingga informasi dari mulut ke mulut ini sangat besar pengaruhnya dan dampaknya terhadap pemasaran jasa dibandingkan dengan aktivitas komunikasi lainnya.

f. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung merupakan unsur terakhir dalam bauran komunikasi dan promosi. Terdapat enam *area* dari pemasaran langsung, yaitu :

- *Direct mail*
- *Mail order*
- *Direct response*
- *Direct selling*
- *Telemarketing*
- *Digital marketing*

Marketer dapat memilih sarana yang dianggap sesuai untuk mempromosikan jasa mereka. Menurut Lupiyoadi (62-63) ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam promosi yaitu :

1. Identifikasi terlebih dahulu *target audiencenya*, hal ini berhubungan dengan segmentasi pasar
2. Tentukan tujuan promosi, apakah untuk menginformasikan, mempengaruhi atau untuk mengingatkan.
3. Pengembangan pesan yang disampaikan, hal ini berhubungan dengan isi pesan (*what to say*), struktur pesan (*how to say it logically*), gaya pesan (*creating a strong presence*), dan sumber pesan (*who should develop it*).
4. Pemilihan bauran komunikasi, apakah itu *personal communication* atau *non-personal communication*.

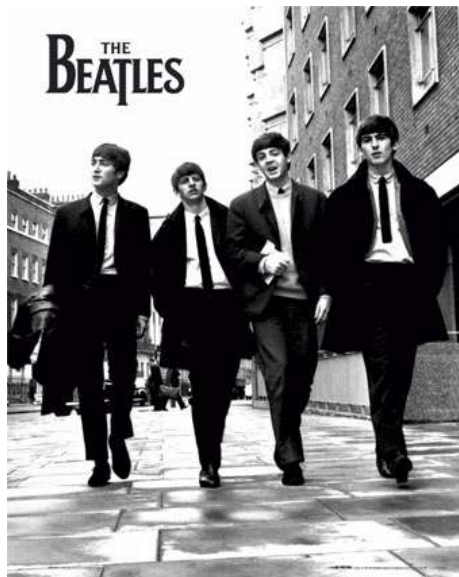
2.1.2. Band

Band dalam bahasa Inggris berarti kelompok. Band yang dimaksudkan disini adalah sekelompok orang yang memainkan alat musik. Pertama-tama kalau kita mau bicara tentang sejarah musik dan band yang ada di jaman sekarang ini, tidak bisa dilepaskan dari musik *Blues*. Bisa dikatakan *Blues* adalah 'bapaknya' hampir semua jenis musik saat ini. Musik klasik memang musik yang lebih tua dari itu, tetapi pengaruhnya tidak sebesar musik blues terhadap musik-musik modern.

Pada era 1900-an rekaman-rekaman musik sangat jarang atau bisa dikatakan tidak ada. Musik yang ada yaitu *blues*. Pemain-pemain *blues* pertama muncul dari kelompok-kelompok *Marching Band*. Pada era 1910-1920 ada dua hal yang penting yaitu solo gitar pertama direkam dan hal inilah yang menjadi tren-tren musik modern menggunakan berbagai macam solo gitar di setiap lagunya. Di era ini juga terdapat batasan yang cukup jelas antara musik *Blues* dan musik *Jazz* yang kemudian akan semakin berbeda. Di era 1930-an rekaman-rekaman gitar semakin banyak, pemain-pemain gitar yang berasal dari *big band* mulai terkenal dan musik yang paling populer saat itu adalah musik *swing*. *Big band* adalah sebuah bentuk ansambel musik yang memainkan musik *jazz* dan yang menjadi populer pada era *swing* dari 1935 hingga akhir 1940-an. *Big band* biasanya terdiri atas 12 hingga 19 pemain musik dan menggunakan alat-alat musik saksofon, trompet, trombon, dan sebuah *seksi ritme*. Istilah band *jazz*, orkestra

jazz, dan band dansa juga digunakan untuk merujuk kepada jenis ansambel ini. Di era 1940-an ketenaran *swing* mulai berkurang dan mulai muncul musik jenis *Bebop* dan *Bossa* yang merupakan musik yang memiliki tempo yang lebih cepat dibandingkan *swing*. Di era ini juga *big band* yang besar dan mahal mulai berkurang. Di era ini musik-musik yang pada era sebelumnya semakin cepat, menjadi lebih lambat. Era ini merupakan era berkembang pesatnya berbagai jenis musik.

Pada era 1950-1960-an band yang sangat terkenal, The Beatles mengawali format band pada masa itu. The Beatles terdiri dari John Lennon (vokal/gitar), Paul McCartney (vokal/bass/piano), George Harrison (gitar/vokal), dan Ringo Starr (drum). Format band seperti inilah yang kemudian juga banyak dipakai dan terus berkembang hingga sekarang. Musik *rock n roll* pertama kali juga datang di masa ini, yang diperkenalkan oleh Chuck Berry yang permainannya merupakan cikal bakal dari teknik-teknik gitar rock.



Gambar 2.1 The Beatles

Sumber : <http://zadarkh1269090.wordpress.com>

Di era 1970-an mulai bermunculan band-band *rock* yang sangat besar, seperti Led Zeppelin, Van Halen, Cream, Queen, Jimi Hendrix, AC / DC. Gitar menjadi alat musik yang sangat dominan di era ini. Di era 1980-an, musik

menjadi salah satu hal yang sangat penting di dunia. Musisi-musisi menjadi *trendsetter* masa itu. Model rambut dan aksesoris yang aneh-aneh juga dipakai pada musisi. Band-band baru terus bermunculan, musik *metal* juga berkembang pesat dan juga mulai muncul musik-musik *disco*. Di era 1990-an jumlah band-band yang ada sangat banyak. Band-band terkenal yang ada seperti Red Hot Chilli Peppers, Soundgarden, Nirvana. Di era 2000-an hingga sekarang segala jenis musik berkembang pesat dan industri musik pun berkembang sangat pesat. (“Sejarah dan Perkembangan Musik”, par.1)

2.1.3. Alternative Rock

Alternative rock adalah aliran yang populer di tahun 1990an dan masih tetap populer hingga sekarang. *Alternative rock* mempunyai sub-aliran yang bervariasi, dari musik indie yang bermula pada tahun 1980 dan menjadi populer pada tahun 1990 seperti indie rock, *grunge*, *gothic rock*, dan *college rock*. Walaupun aliran alternatif terhitung sebagai aliran *rock*, tapi beberapa sub-alirannya terpengaruh oleh musik rakyat, reggae, musik elektronik, dan jazz. Dalam periode tertentu, istilah *rock* alternatif digunakan untuk menyebut musik *rock* dari band *underground* pada tahun 1980an, *punk rock* (termasuk *punk* itu sendiri), dan untuk musik *rock* itu sendiri pada tahun 1990an dan 2000an. Sebelum dikenal sebagai *rock* alternatif, aliran ini mempunyai banyak variasi nama yang umum digunakan.

“*Alternative rock*” secara esensial adalah istilah yang digunakan untuk menyebut musik *underground* yang muncul pada tahun 1980an. Band alternatif pada tahun 1980an umumnya dimainkan di klub-klub kecil, direkam untuk *label indie*, dan popularitasnya menyebar dari mulut ke mulut. Lirik yang digunakan dalam *rock* alternatif biasanya mengambil topik-topik sosial, seperti penggunaan obat terlarang, depresi, dan yang berhubungan dengan lingkungan. Hal ini merupakan sebuah pendekatan yang muncul akibat refleksi sosial dan ekonomi di Amerika Serikat dan Inggris pada tahun 1980an dan awal 1990an. (Fatkhur, par.1)

Kemunculan Radiohead pada awal tahun 90an merupakan awal kebangkitan *alternative rock*. Lalu album *Nevermind* yang dibuat oleh band

Nirvana pada tahun 1991 membuat *rock* alternatif menjadi musik yang paling digemari dan membentuk kemapanan komersial aliran musik tersebut. Dalam satu dekade pertama pada abad ke 21, aliran musik *rock* terus berevolusi dari awal alternatif musik yang muncul pada tahun 1980an. Di tahun 2000an banyak band-band *alternative rock* bermunculan seperti Creed, Fall Out Boy, Foo Fighters, Seether, Paramore dan lain-lain. Di Indonesia beberapa nama yang cukup terkenal seperti Netral, /Rif, Kotak.



Gambar 2.2 Paramore

Sumber : <http://www.paramore.net>

Menurut Criz (bassis MOV) *alternative rock* adalah musik yang bebas dimana kita bisa memasukkan unsur-unsur lain ke dalam musik *rock*, tidak seperti musik *rock* yang umum dikenal masyarakat sebagai musik yang berisik dan tidak *easy listening*, *alternative rock* bisa didengar oleh siapa saja. *Alternative rock* juga memberikan pengaruh yang cukup banyak terhadap lagu-lagu MOV terutama dalam pemilihan *sound-sound* musiknya.

Di Indonesia, kelahiran scene musik *rock* berawal dari evolusi *rocker-rocker* pionir era 70-an sebagai pendahulunya. Sebut saja misalnya God Bless, Gang Pegangsaan, Gypsy(Jakarta), Giant Step, Super Kid (Bandung), Teracem (Solo), AKA/SAS (Surabaya), Bentoel (Malang) hingga Rawe Rontek dari Banten. Menjelang akhir era 80-an, di seluruh dunia waktu itu anak-anak muda sedang mengalami demam musik *thrash metal*. Sebuah perkembangan style musik metal yang lebih ekstrem lagi dibandingkan *heavy metal*. Dari sedemikian panjangnya perjalanan *rock underground* di tanah air, mungkin baru di paruh

pertama dekade 90-anlah mulai banyak terbentuk scene-scene *underground* dalam arti sebenarnya dan juga perkembangan band-band beraliran *Alternative rock* di Indonesia. Invasi musik *grunge/alternative* dan dirilisnya album Kiss This dari Sex Pistols pada tahun 1992 ternyata cukup menjadi *trigger* yang ampuh dalam melahirkan band-band baru yang tidak memainkan musik *metal*. Selain itu, di awal 1990, Jakarta juga mencetak band *punk rock* The Idiots yang awalnya sering manggung meng-*cover* lagu-lagu The Exploited. Pada masa ini pulalah lahir beberapa band *rock* besar yang masih bertahan hingga sekarang seperti Slank, Dewa 19, Boomerang, Padi, Netral, /Rif, dan Jamrud. Netral disebut oleh pers Indonesia dikatakan sebagai *Band Alternatif*. Band ini semakin dikenal ketika band asing seperti Foo Fighters, Sonic Youth, dan Beastie Boys hadir di Indonesia pada acara *Jakarta Pop Alternatif Music Festival*, Netral diminta untuk menjadi pendamping band mereka. Bisa dikatakan Netral merupakan salah satu band *Alternative rock* yang cukup sukses dan tetap eksis hingga sekarang.

Scene rock di Surabaya sendiri bermula dengan semakin tumbuh-berkembangnya band-band independen beraliran *death metal/grindcore* sekitar pertengahan tahun 1995. Sejarah terbentuknya berawal dari *event Surabaya Expo* (semacam *Jakarta Fair* di DKI - Red) dimana band-band *underground metal* seperti, Slowdeath, Torture, Dry, Venduzor, Bushido manggung di sebuah acara musik di *event* tersebut. Tepat tanggal 1 Juni 1997 dibentuklah komunitas *underground* INFERNO 178 yang markasnya terletak di daerah Dharma Husada (Jl. Prof. DR. Moestopo, Red). Di tempat yang agak mirip dengan rumah-toko (Ruko) ini tercatat ada beberapa divisi usaha yaitu, *distro*, studio musik, *indie label*, fanzine, warnet dan *event organizer* untuk acara-acara *underground* di Surabaya. (Pratama, par.1)

2.2. Identifikasi Data

2.2.1. Data Grup Band

2.2.1.1. Sejarah Band

Band ini terbentuk pada tahun 2007 oleh Criz dan Hbel di Surabaya yang mana keduanya merupakan mahasiswa Universitas Widya Mandala Surabaya dan

mereka memiliki kesamaan selera serta pandangan dalam bermusik. Band ini diberi nama My Other Vehicle karena menurut mereka hidup terus berputar dan dibutuhkan ‘kendaraan yang tepat’ agar bisa mencapai tujuan dan band ini diharapkan bisa menjadi salah satu kendaraan yang dipakai untuk mencapai tujuan itu. Band ini mengusung aliran *positive alternative rock* (genre rock namun dengan lirik positif dan "membangun"), karena awalnya MOV adalah sebuah band *Gospel*. Band ini sudah mengalami beberapa kali pergantian personel hingga terbentuk formasi yang sekarang yaitu Habel Binta /Hbel (*vocal, guitar, keyboard*), Christianus Dwi/Criz (*back vocal, bass*), Bima Valentino (*lead guitar*), dan Nathan (*drums*).



Gambar 2.3 Foto personil MOV tahun 2010 (formasi sekarang), dari kiri ke kanan (Hbel, Nathan, Bima, Criz)

MOV pernah merekam sebuah mini album (EP) dimana terdapat 5 buah lagu dengan beragam aliran musik. Mini album tersebut direkam pada tanggal 29 Mei-25 Juni 2009, dan di *mixing-mastering* pada tanggal 6-17 Juli 2009. Bulan Juli 2009 mereka telah melakukan invasi ke radio-radio dan sekolah/kampus di Surabaya untuk mempromosikan lagu-lagu mereka. Hasilnya mereka mendapat kesempatan untuk diwawancarai dan tampil *live (acoustic)* di Hardrock FM Surabaya pada 29 Juli 2009. Kemudian lagu mereka yang berjudul “Di Mata dan di Hatiku” masuk dalam acara *indie movement* di EBS 105,9 FM dan dapat di

request pada acara tersebut. Desember 2009 mereka mengikuti ITC *Punch Music*, sebuah lomba band di Surabaya yang diikuti lebih dari 100 peserta. Meskipun pada lomba ini mereka belum berhasil, mereka masih tetap bersemangat dan kembali mempersiapkan sebuah mini album lagi yang mulai direkam pada bulan Februari 2010. Pada 27 Februari 2010 mereka kembali mendapat kesempatan untuk wawancara dan tampil *live (acoustic)* di MDC 100.5 FM Surabaya. Dan pada akhir Maret mereka berencana membuat video musik untuk lagu yang berjudul “Arti Hidup” yang telah diaransemen ulang.

2.2.1.2. Pengelola

My Other Vehicle dikelola oleh Nelva selaku manager MOV.

2.2.1.3. Produk yang Dipasarkan

Produk yang dipasarkan oleh My Other Vehicle adalah musik yang beraliran *positive alternative rock*. Musik yang mereka rekam dibuat dalam bentuk CD berupa mini album. Judul album pertama yang pernah dipasarkan berjudul *positive* pada Juli 2009. Dan rencananya My Other Vehicle akan merilis mini album ke 2 pada pertengahan tahun 2010.

2.2.1.4. Potensi Produk

My Other Vehicle sudah pernah mengikuti beberapa *event* di dalam kota Surabaya. Berikut ini adalah jadwal *event-event* yang pernah diikuti oleh MOV mulai tahun 2007-2010 :

- Agustus 2007 (Welcome Party Widya Mandala) *live performance*
- Februari 2008 (Valentine Days Widya Mandala) *live performance*
- November 2008 (Balai Pemuda Rock Festival) lomba band
- Mei 2009 (Surabaya On Fire Underground 2) *live performance*
- 29 Juli 2009 (Hardrock FM Surabaya) wawancara & *acoustic live*
- Agustus 2009 (Surabaya On Fire Underground 3) *live performance*
- Desember 2009 (ITC Punch Music) lomba band
- 27 Februari 2010 (MDC 100,5 FM) wawancara & *acoustic live*

- 28 Februari 2010 (Widya Mandala Superstar - Semi Final) *live performance*

Selain itu mereka juga sudah pernah rekaman dan membuat sebuah mini album yang dirilis pada pertengahan tahun 2009. Lagu mereka yang berjudul “Di Mata dan di Hatiku” juga masuk dalam acara *indie movement* di EBS 105,9 FM dan dapat di *request* pada acara tersebut. Di Facebook MOV yang telah menjadi penggemar mereka saat ini mencapai lebih dari 300 orang. Criz (bassis MOV) berasal dari Kalimantan dan Bima (gitaris MOV) berasal dari Sulawesi, hal ini juga turut membantu mereka dalam menyebarluaskan jaringan mereka di luar pulau Jawa.

2.2.1.5. Lokasi

Jl. Gubeng Kertajaya 6C/54 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

08175177462 / 085732912156

Email : movband@rocketmail.com

2.2.2. Data Produk

2.2.2.1. Lirik dan Lagu

Dari awal terbentuknya band MOV memang mengusung jenis aliran musik *alternative rock* dan sering membawakan lagu-lagu daur ulang dari band *rock* seperti Creed dan Fall Out Boy. Saat ini lagu-lagu yang sering mereka bawakan saat tampil di panggung adalah lagu-lagu ciptaan mereka sendiri yang juga termuat di mini album pertama. Band yang mengusung aliran *positive alternative rock* ini mengutamakan lirik-lirik yang positif dan membangun, jadi dalam lagu-lagu MOV tidak ada yang tema dan liriknya berkesan suram, putus asa, kesedihan, atau patah hati, tetapi yang memotivasi seseorang untuk bersemangat atau mengenai semangat hidup dan perasaan jatuh cinta. Kemudian dalam aransementnya MOV biasanya memainkan tempo yang *nge-beat* dan *progresif* di beberapa lagu.

Lirik lagu pada mini album pertama yang telah mereka rekam adalah sebagai berikut :

Arti Hidup

Cipt : Cristianus dan Habel

Kumelangkah menjauhimu
Menyongsong hari baru
Telah kubulatkan tekadku,
Pencarian arti hidupku

Sakit hatiku karnamu
Kuanggap masa lalu
Ku masih muda tuk terluka,
Biarkan aku mengatakan

Bahwa aku tak akan menyerah
Tuk mengerti dan pahami
arti hidup ini
Hingga nanti tak sendiri lagi
Saat itu tlah kudapat
kekasih sejati.

Indonesia

Cipt : Cristianus dan Habel

Tertanam di hati,
Satu kebanggan aku disini
Tak hilang dan tak lekang
Sepanjang waktu tetap kucinta

Indonesia

Meski badai robohkan ragaku
Tak akan menghapus jiwa mudaku
Beranikan diri tuk melangkah maju
Hadapi Rintangan yang selalu
datang menerpaku
Tak pernah lelah, ku membelamu
Tanah Airku, tumpah darahku

Tlah membekas di hati
Semangat juang sang pahlawan
Membuka mata ini tuk segera bangkit
Namun kutetap setia dan kuberjanji
Kan kuangkat sang merah putih
ke tempat tertinggi.

Hanya Denganmu

Cipt : Cristianus dan Habel

Perhatikan hatiku
dan bukalah isinya
Kau kan lihat namamu
terukir sangat indah
Saat kau memilikku
Kumerasa berbeda
Kau berarti bagi diriku

Aku tak bisa hidup tanpamu
Kaulah nafasku
Aku tak ingin
lepas dari bayangmu

Membuatku jauh darimu

Tak kan habis senyumku
Tak kan hilang rasaku
Seiring usai waktu
Semakin mengenalmu
Engkau yang aku cari,
Kau selalu kumiliki
Hanya denganmu ku berbagi.

Lagu Romantis

Cipt : Cristianus dan Habel

Kau sungguh indah di mataku
Mempesona hatiku
Saat kau jauh dari aku
Ku rindu slalu kepadamu
Kuingat masa-masa bersamamu
Saat kau bilang cinta aku
Tapi kini ku merasa bahagia

Berjuta rasa hatiku
Saat kau bersamaku,
Mewarnai hidupku
Oh, sayangku hanya kamu,
Yang slalu dihatiku
Tak kan pernah ku
Meninggalkan kamu.

Di Mata dan Di Hatiku

Cipt : Cristianus dan Habel

Di depan mataku
Kulihat sempurna senyumanmu
Kau tanamkan cinta
Dalam hati ini kubahagia
Tak Pernah kurasakan sebelumnya
Kau membuatku sungguh tak berdaya

Kudengar bisikan indahmu memanggil
Menusuk jiwaku, butakan hatiku
Terukir namamu di relung hatiku
Dan tak akan sirna
Meski maut panggil diriku

Pegang tanganku, dan simpan hatiku
Meski tak kan mudah,
Aku pastikan kamu
Akan slalu ada dalam hatiku.

2.2.3. Data Pemasaran

2.2.3.1. Potensi Pasar

Industri rekaman memainkan sebuah peranan yang penting dalam ranah komersial maupun kebudayaan dari suatu masyarakat tidak terkecuali di Indonesia. Sebagai sumber hiburan, rekaman (musik) membawa kesenangan bagi jutaan pendengar melalui beragam bentuk dan format seperti kaset, CD, dan *file digital* (MP3). Perkembangan ini tidak didapat secara instan melainkan bertahap dari era mekanik (piringan hitam), elektronik (pita *vinyl*), *digital* (CD), video musik (ditandai kemunculan MTV), hingga sekarang mencapai tahap aktivitas industri rekaman. Aktivitas industri rekaman (*recording industry activities*),

diartikan bahwa rekaman dihasilkan dan diolah oleh perusahaan rekaman major dan *label-label* turunannya, dan kemudian didistribusikan kepada publik melalui pendirian retail. Sebagaimana sebuah industri yang terus berkembang, industri rekaman juga mengalami banyak penyesuaian strategi untuk memenuhi ekspektasi pasar. Salah satunya yang tengah populer saat ini yaitu RBT (*Ring Back Tone*) dimana pengguna ponsel dapat memilih lagu yang diinginkan sebagai nada dering sambung. (Pamungkas, par.1)

Di Indonesia saat ini banyak sekali band-band baru bermunculan, namun banyak diantaranya yang hanya sekedar “numpang lewat.” Hal ini dikarenakan beberapa hal, yang pertama mereka membawakan jenis musik yang serupa dan kurang kreatif dalam mengolah lagu. Yang kedua mereka hanya mengandalkan refrain yang enak saja karena digunakan untuk RBT sehingga suatu lagu penggarapannya tidak maksimal. Yang ketiga tidak memiliki ciri khas dan karakter musik yang kuat sehingga mudah dilupakan. Aliran musik yang saat ini tengah populer di Indonesia yakni *pop* melayu yang dipopulerkan band ST12. Banyak sekali band-band Indonesia yang mengusung aliran ini diantaranya Wali, ST12, Kangen Band, dan lain-lain. Dan sebagian besar masyarakat saat ini juga gandrung dengan band-band yang mengusung aliran musik ini. Namun demikian aliran musik lain juga masih mendapat tempat di hati penikmat musik Indonesia. Aliran lain yang juga masih populer saat ini yakni *pop-rock* dan *pop alternative* yang diusung band-band lama seperti Ungu, Samsons, Gigi. *Alternative rock* sendiri juga juga masih banyak didengarkan dan band Indonesia yang mengusung aliran ini dan masih eksis diantaranya Netral, Kotak, Andra & The Backbone. Peluang untuk memasarkan jenis aliran musik ini bisa dikatakan masih terbuka lebar dan band MOV sendiri juga memiliki potensi untuk menyebarluaskan musik mereka ke tengah penikmat musik Indonesia apalagi menilik dari lagu-lagu mereka yang *easy listening*.

2.2.3.2. Visi dan Misi

Visi band MOV adalah membawa suasana baru dalam musik Indonesia.

Misi band MOV adalah menciptakan karya yang dapat membangun mental positif masyarakat terhadap keadaan sekitar.

2.2.3.3. Data Komunikasi Visual yang Ada

My Other vehicle memiliki beberapa media promosi dalam memperkenalkan nama mereka di kalangan masyarakat, diantaranya adalah situs Myspace, Facebook, *cover* CD, dan *sticker*. Contoh :



Gambar 2.4 Tampilan MOV dalam Myspace

Sumber : <http://www.myspace.com/movband>



Gambar 2.5 Tampilan MOV dalam Facebook

Sumber : [://www.facebook.com/group.php?gid=233146430088&ref=share](http://www.facebook.com/group.php?gid=233146430088&ref=share)



Gambar 2.6 Cover CD MOV



Gambar 2.7 Cover depan CD MOV



Gambar 2.8 Cover belakang CD MOV



Gambar 2.9 Sticker MOV

2.3. Data Survey dan Wawancara

2.3.1. Tabulasi Data Survey

Agar dapat memperoleh data-data untuk kepentingan promosi dalam menganalisa dan meneliti grup band My Other Vehicle, maka telah disebarakan 100 lembar angket kepada *target audience* yang bertempat tinggal di Surabaya. Angket dibagikan secara acak di beberapa kampus dan sekolah (SMA). Berikut ini adalah data-data mengenai nama, jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan tempat tinggal dari responden.

Tabel 2.9 Profil Responden Kuesioner

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Tempat Tinggal
1	Irene	Perempuan	17	Siswi SMA	Surabaya
2	Stephanie	Perempuan	17	Siswi SMA	Surabaya
3	Arie	Laki-laki	17	Siswa SMA	Surabaya
4	Steven	Laki-laki	17	Siswa SMA	Surabaya
5	Maria	Perempuan	17	Siswi SMA	Surabaya
6	Olive	Perempuan	17	Siswi SMA	Surabaya
7	Chun	Laki-laki	17	Siswa SMA	Lebak Timur Indah Sby
8	Yuli	Perempuan	17	Siswi SMA	Surabaya

9	Nina	Perempuan	17	Siswi SMA	Surabaya
10	Ricardo	Laki-laki	17	Siswa SMA	Surabaya
11	Putri	Perempuan	18	Siswi SMA	Pucang Sby
12	Mellisa	Perempuan	17	Siswi SMA	Surabaya
13	Livia	Perempuan	18	Siswi SMA	Klampis Sby
14	Yessica	Perempuan	17	Siswi SMA	Surabaya
15	Soetanto	Laki-laki	17	Siswa SMA	Surabaya
16	Kevin	Laki-laki	17	Siswa SMA	Sutorejo Sby
17	Yohana	Perempuan	17	Siswi SMA	Surabaya
18	Ricardo	Laki-laki	17	Siswa SMA	Surabaya
19	Johartono	Laki-laki	17	Siswa SMA	Darmo Permai Sby
20	Ana	Perempuan	17	Siswi SMA	Citraland Sby
21	Yosi	Perempuan	18	Siswi SMA	Surabaya
22	Arief	Laki-laki	17	Siswa SMA	Surabaya
23	Yunita	Perempuan	17	Siswi SMA	Kahuripan Sby
24	Egi	Laki-laki	17	Siswa SMA	Surabaya
25	Johnson	Laki-laki	17	Siswa SMA	Surabaya
26	Robin	Laki-laki	17	Siswa SMA	Dinoyo Sby
27	Adiel	Laki-laki	18	Siswa SMA	Surabaya
28	Jessica	Perempuan	18	Siswi SMA	Surabaya
29	Silvia	Perempuan	18	Siswi SMA	Surabaya
30	Stefanus	Laki-laki	18	Siswa SMA	Surabaya
31	Stefano Gerry	Laki-laki	21	Mahasiswa	Surabaya
32	Gaby	Perempuan	20	Mahasiswa	Surabaya
33	Nila	Perempuan	20	Mahasiswa	Siwalankerto Sby
34	Jessica	Perempuan	19	Mahasiswa	Surabaya Barat
35	Hueynie	Perempuan	19	Mahasiswa	Surabaya Barat
36	Yessica	Perempuan	19	Mahasiswa	Surabaya Barat
37	Enike	Perempuan	19	Mahasiswa	Surabaya
38	Pauline	Perempuan	21	Mahasiswa	Siwalankerto Sby

39	Jack	Perempuan	19	Mahasiswa	Darmo Satelit Sby
40	Augustinus	Laki-laki	22	Mahasiswa	Surabaya
41	Richard	Laki-laki	19	Mahasiswa	Surabaya
42	Livia	Perempuan	19	Mahasiswa	Surabaya
43	Jessica Angela	Perempuan	19	Mahasiswa	Villa Bukit Indah Sby
44	Samuel	Laki-laki	20	Mahasiswa	Manyar Jaya Sby
45	Cynthia	Perempuan	18	Mahasiswa	Surabaya
46	Elsa	Perempuan	18	Mahasiswa	Surabaya
47	Cindy	Perempuan	18	Mahasiswa	Surabaya
48	Rike	Perempuan	20	Mahasiswa	Ngagel Dadi Sby
49	Andri Setiawan	Laki-laki	17	Mahasiswa	Surabaya
50	Aristo	Laki-laki	20	Mahasiswa	Surabaya
51	Andre	Laki-laki	19	Mahasiswa	Surabaya
52	Selvi	Perempuan	19	Mahasiswa	Sutorejo Sby
53	Michael	Laki-laki	18	Mahasiswa	Surabaya
54	Megalia H.	Perempuan	18	Mahasiswa	Siwalankerto Sby
55	Robert	Laki-laki	19	Mahasiswa	Manyar Sby
56	Cemara	Laki-laki	19	Mahasiswa	Jambi Sby
57	Hendry	Laki-laki	19	Mahasiswa	Siwalankerto Sby
58	Juventa	Perempuan	18	Mahasiswa	Nanas Sby
59	Gabriella	Perempuan	18	Mahasiswa	Siwalankerto Sby
60	Melisa	Perempuan	18	Mahasiswa	Galaxi Bumi Permai Sby
61	Irawan	Laki-laki	20	Mahasiswa	Surabaya
62	Rudi	Laki-laki	24	Mahasiswa	Dukuh Kupang Sby
63	Danny	Laki-laki	18	Mahasiswa	Surabaya
64	Serafin	Perempuan	19	Mahasiswa	Surabaya
65	Rebecca	Perempuan	18	Mahasiswa	Spanjang Sby
66	Dion	Laki-laki	21	Mahasiswa	Sidoarjo
67	Isabella	Perempuan	24	Mahasiswa	Lesti Sby
68	Kelik	Laki-laki	22	Mahasiswa	Panduk Sby

69	Elisabeth	Perempuan	23	Mahasiswa	Surabaya
70	Christian	Laki-laki	23	Designer	Siwalankerto Sby
71	Robert	Laki-laki	24	Swasta	Dinoyo Sby
72	Dian K.	Perempuan	22	Mahasiswa	Mojopahit Sby
73	Arif	Laki-laki	20	Mahasiswa	Surabaya
74	Asyer	Perempuan	21	Mahasiswa	Sidoarjo
75	Christopher Alsen	Laki-laki	22	Mahasiswa	Oro-oro Sby
76	Rico	Laki-laki	22	Mahasiswa	Kenjeran Sby
77	Lingga	Perempuan	22	Mahasiswa	Karang Menjangan Sby
78	In	Perempuan	23	Mahasiswa	Ngagel Sby
79	Nielsen	Laki-laki	21	Mahasiswa	Kalongan baru no.16 Sby
80	Dian P.	Perempuan	22	Mahasiswa	Manyar Sby
81	Victoria	Perempuan	23	Mahasiswa	Dinoyo Sby
82	Lan	Perempuan	21	Mahasiswa	Sby
83	Dea	Perempuan	21	Mahasiswa	Sidoarjo
84	Airin Prisgayani	Perempuan	22	Mahasiswa	Sidoarjo
85	Risti	Perempuan	21	Mahasiswa	Kebraon Sby
86	Regina	Perempuan	20	Mahasiswa	Doho Sby
87	Dody	Laki-Laki	23	Swasta	Kalianak Sby
88	Dimas	Laki-Laki	22	Mahasiswa	Ketintang Sby
89	Bram	Laki-Laki	24	Swasta	Margorejo Sby
90	Julius	Laki-Laki	24	Swasta	Bendul Merisi Sby
91	Cinthia	Perempuan	19	Mahasiswa	Surabaya
92	Anton	Laki-Laki	22	Mahasiswa	Surabaya
93	Johan	Laki-Laki	23	Mahasiswa	Surabaya
94	Yunita	Perempuan	20	Mahasiswa	Sutorejo Sby
95	Dewi	Perempuan	20	Mahasiswa	Darmo Sby
96	Yanto	Laki-Laki	23	Designer	Citraland Sby
97	Michael	Laki-Laki	21	Mahasiswa	Surabaya
98	Aris	Laki-Laki	19	Mahasiswa	Surabaya

99	Yuliani	Perempuan	22	Mahasiswa	Klampis Sby
100	Tasya	Perempuan	17	Siswi SMA	Mulyosari

2.3.2. Tabulasi Data Wawancara

Agar dapat memperoleh data-data untuk kepentingan promosi dalam menganalisa dan meneliti grup band My Other Vehicle, juga telah dilakukan wawancara dengan salah seorang *target audience* yang bertempat tinggal di Surabaya, yaitu Tessa, jenis kelamin perempuan, usia 18 tahun, pekerjaan siswi SMA, alamat di Jl. Pucang Sewu 7.

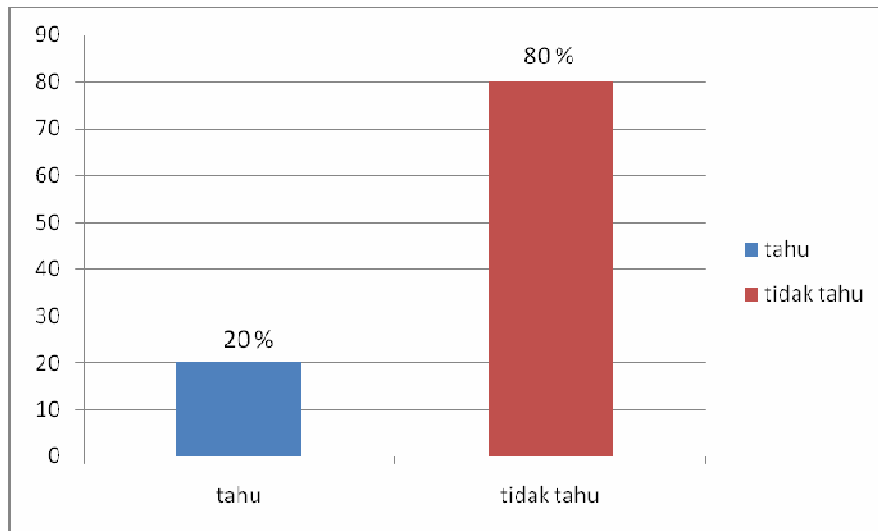
2.3.3. Analisis Data Survey dan Wawancara

2.3.3.1. Analisis Data Survey

Dari hasil penyebaran angket kepada *target audience* di kota Surabaya terdapat data-data yang menjadi pendukung konsep perancangan promosi ini. Data-data tersebut merupakan tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diajukan melalui angket. Pertanyaan-pertanyaan itu adalah sebagai berikut :

1. Apakah anda tahu band My Other Vehicle (MOV) ?

- a. Tahu = 20 responden (20%)
- b. Tidak Tahu = 80 responden (80%)



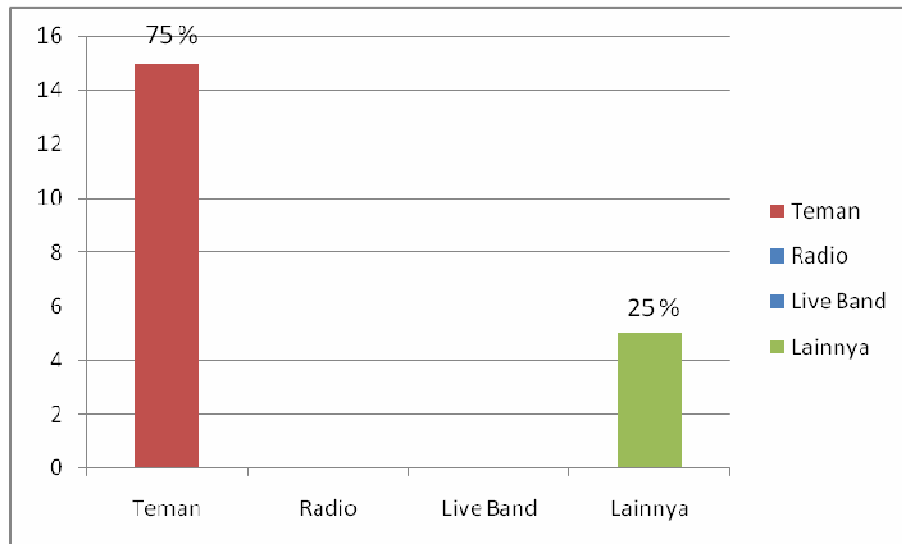
Gambar 2.10 Grafik mengenai pengetahuan responden terhadap MOV.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari hasil kuesioner diatas diperoleh hasil bahwa sebagian besar responden (80%) tidak mengetahui band MOV. Sedangkan yang mengetahui band MOV hanya 20 responden (20%). Nama band MOV kurang dikenal oleh masyarakat termasuk responden karena kurangnya promosi.

2. Darimana anda mengetahuinya ?

- a. Teman = 15 responden (75%)
- b. Radio = 0 responden (0%)
- c. Live Band = 0 responden (0%)
- d. Lainnya = 5 responden (25%)



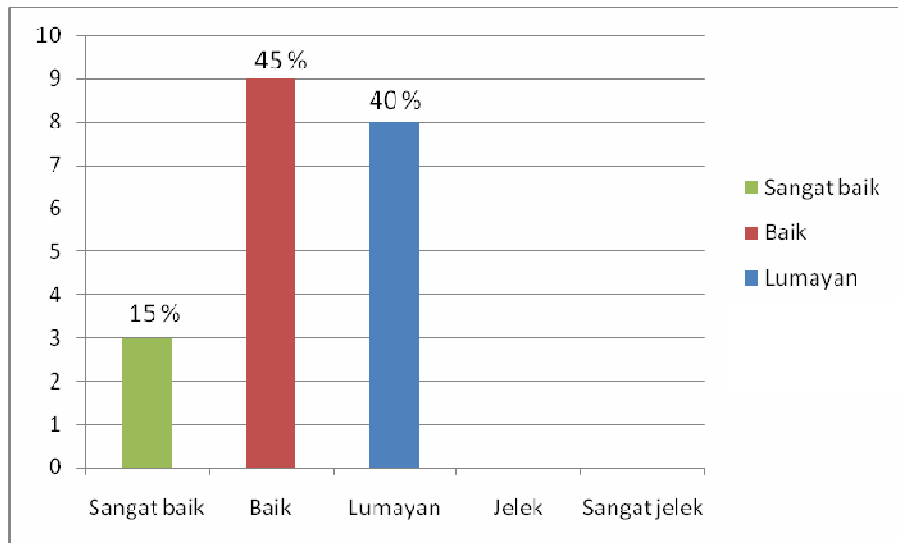
Gambar 2.11. Grafik sumber referensi mengenai MOV dari responden.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh responden yang mengaku tahu band MOV dari teman sebanyak 15 responden (75%). Hal ini karena promosi yang dilakukan MOV melalui Facebook dan Myspace saja.

3. Menurut anda bagaimana penampilan & kualitas band MoV ?

- a. Sangat baik = 3 responden (15%)
- b. Baik = 9 responden (45%)
- c. Lumayan = 8 responden (40%)
- d. Jelek = 0 responden (0%)
- e. Sangat jelek = 0 responden (0%)



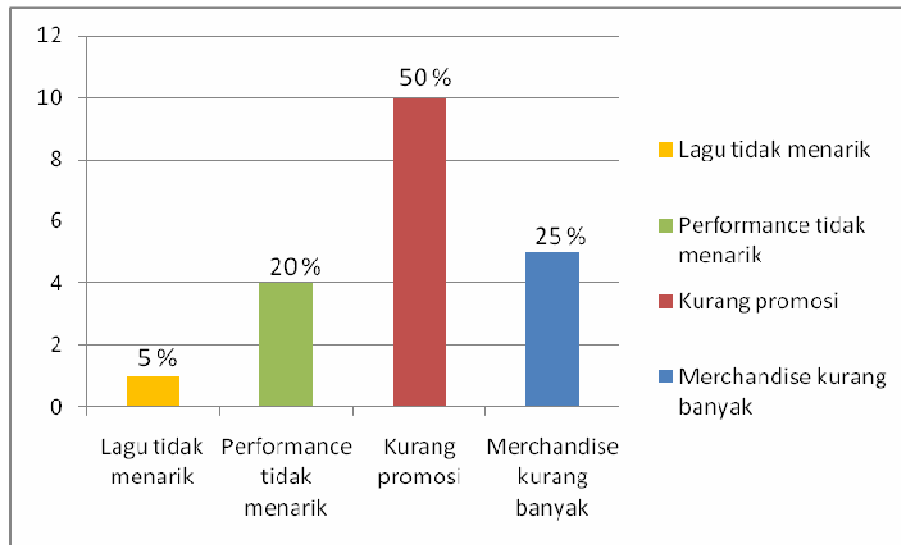
Gambar 2.12. Grafik mengenai kualitas band MOV dari responden.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 9 responden (45%) mengatakan bahwa penampilan dan kualitas band MOV baik. Tampaknya lagu band MOV dapat diterima masyarakat.

4. Menurut anda apa kekurangan band MoV dibanding band lain ?

- a. Lagu tidak menarik = 1 responden (5%)
- b. Performance tidak menarik = 4 responden (20%)
- c. Kurang promosi = 10 responden (50%)
- d. Merchandise kurang banyak = 5 responden (25%)



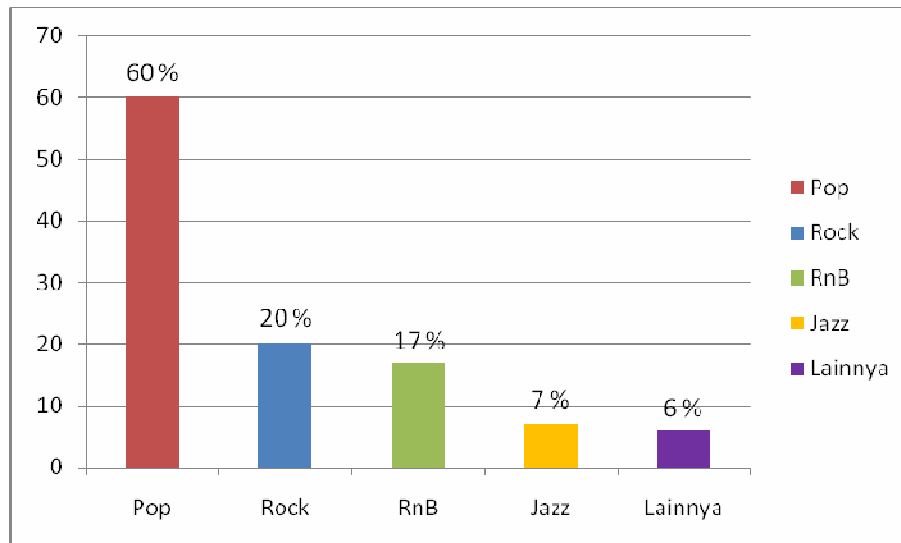
Gambar 2.13. Grafik mengenai pendapat responden terkait dengan kekurangan band MOV.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 50 responden (50%) mengatakan bahwa kekurangan band MOV adalah kurang promosi. Hal ini karena promosi yang mereka lakukan sejauh ini hanya melalui Facebook dan Myspace.

5. Jenis musik apa yang anda sukai ?

- a. Pop = 60 responden (60%)
- b. Rock = 20 responden (20%)
- c. RnB = 17 responden (17%)
- d. Jazz = 7 responden (7%)
- e. Lainnya = 6 responden (6%)



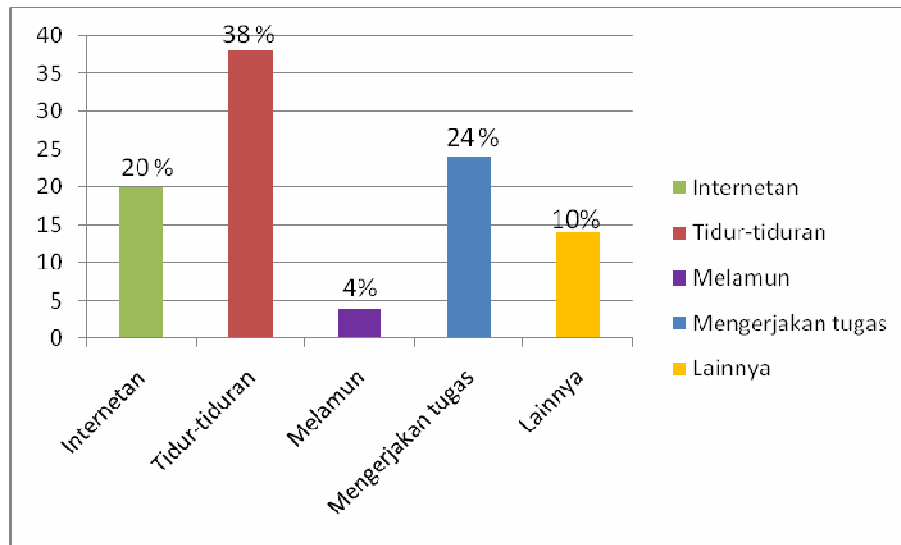
Gambar 2.14. Grafik mengenai kesukaan responden terhadap jenis musik tertentu.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari sebagian besar responden lebih menyukai jenis musik Pop (60%). Hal ini dikarenakan kalangan usia antara 17 – 24 tahun yang tinggal di kota Surabaya memang lebih sering disuguhi lagu-lagu pop baik dari televisi, radio, maupun café-café.

6. Biasanya anda mendengar musik sambil :

- a. Internetan = 20 responden (20%)
- b. Tidur-tiduran = 38 responden (38%)
- c. Melamun = 4 responden (4%)
- d. Mengerjakan tugas = 24 responden (24%)
- e. Lainnya = 14 responden (14%)



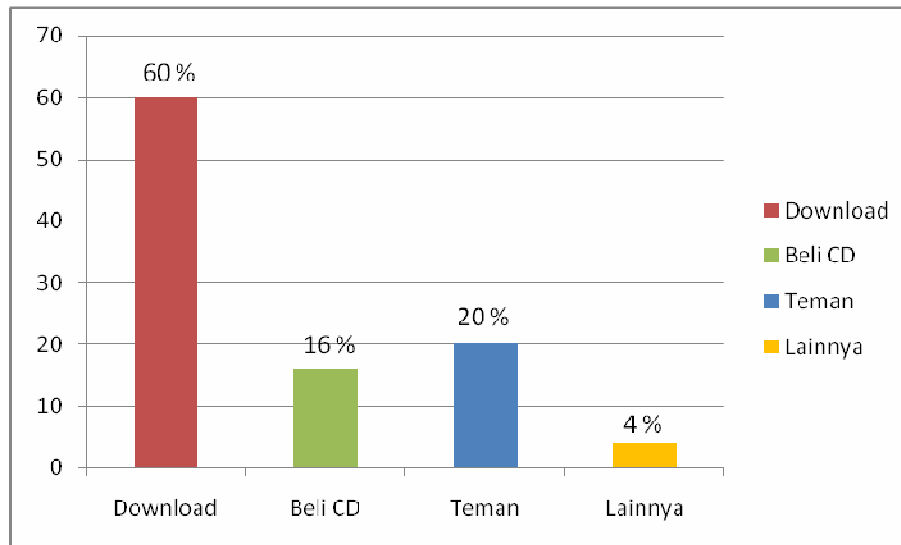
Gambar 2.15. Grafik mengenai kegiatan responden saat mendengarkan musik.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 38 responden (38%) mengatakan bahwa mereka sering mendengarkan musik sambil tidur-tiduran, 24 responden (24%). Hal ini dikarenakan masyarakat termasuk responden biasanya mendengarkan musik untuk melepaskan kepenatan pada saat maupun sehabis beraktivitas.

7. Darimana biasanya anda mendapatkan lagu ?

- a. Download = 60 responden (60%)
- b. Beli CD = 16 responden (16%)
- c. Teman = 20 responden (20%)
- d. Lainnya = 4 responden (4%)



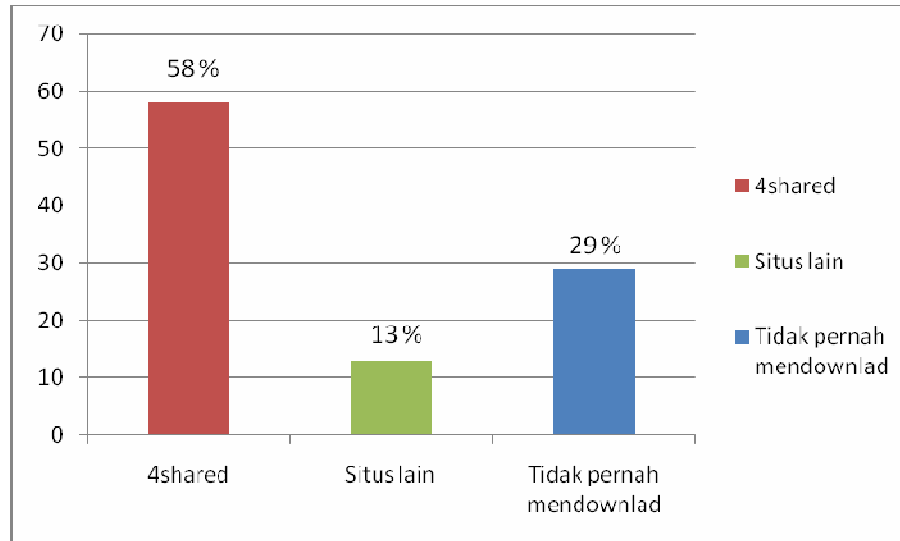
Gambar 2.16. Grafik mengenai sumber responden dalam mendapatkan lagu.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 60 responden (60%) mendapatkan lagu dari mendownload. Hal ini dikarenakan saat ini teknologi dan informasi terutama internet berkembang sangat pesat.

8. Dimana biasanya anda mendownload lagu (situsnya) ?

- a. 4shared = 58 responden (58%)
- b. Situs lain = 13 responden (13%)
- c. Tidak pernah mendownload = 29 responden (29%)



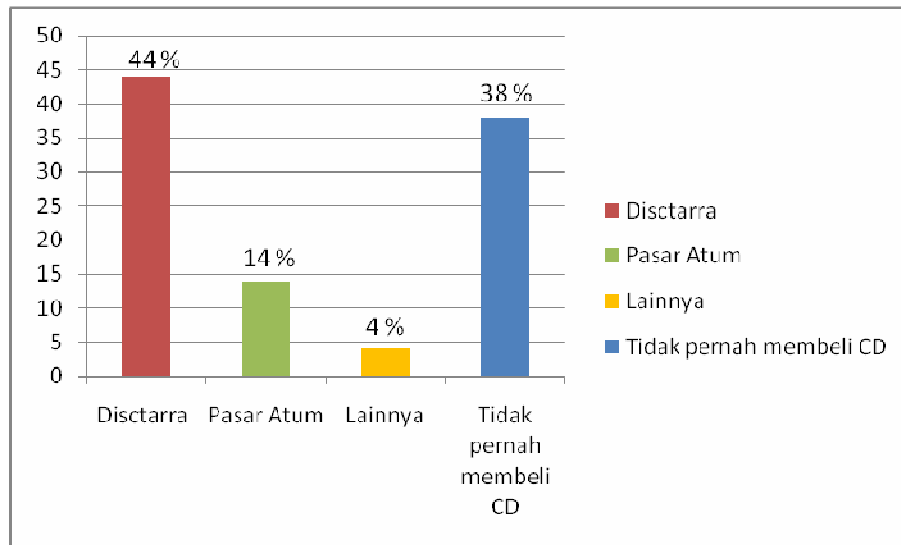
Gambar 2.17. Grafik mengenai sumber responden dalam mendapatkan lagu.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 58 responden (58%) mendownload lagu dari situs 4shared. Hal ini dikarenakan 4shared merupakan salah satu situs untuk mendownload lagu yang populer di Indonesia.

9. Dimana biasanya anda membeli CD ?

- a. Disctarra = 44 responden (44%)
- b. Pasar Atum = 14 responden (14%)
- c. Lainnya = 4 responden (4%)
- d. Tidak pernah membeli CD = 38 responden (38%)



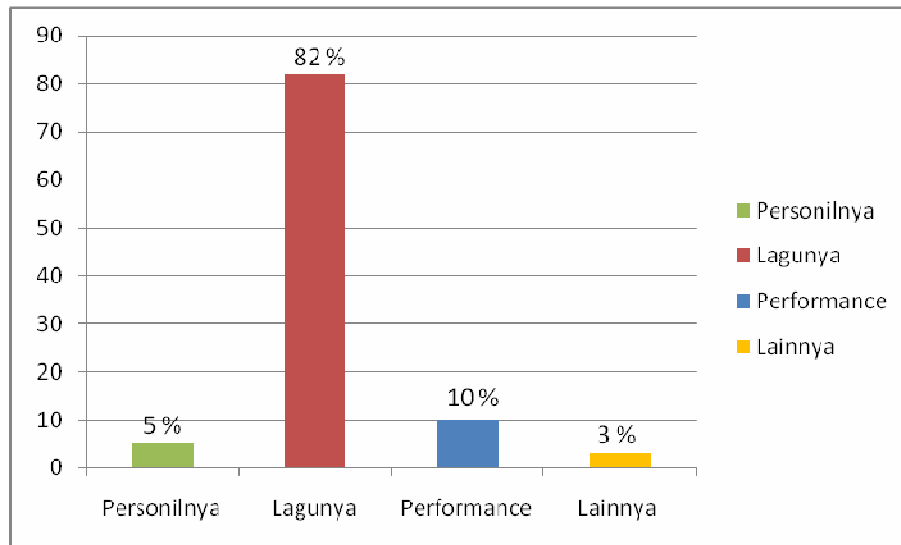
Gambar 2.18. Grafik mengenai tempat responden membeli CD.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 44 responden (44%) membeli CD di Disctarra dan sebanyak 38 responden (38%) tidak pernah membeli CD. Hal ini karena Disctarra merupakan tempat penjualan CD yang paling banyak ditemui di mall-mall Surabaya.

10. Apa yang membuat anda menyukai sebuah band / musisi ?

- a. Personilnya = 5 responden (5%)
- b. Lagunya = 82 responden (82%)
- c. Performance = 10 responden (10%)
- d. Lainnya = 3 responden (3%)



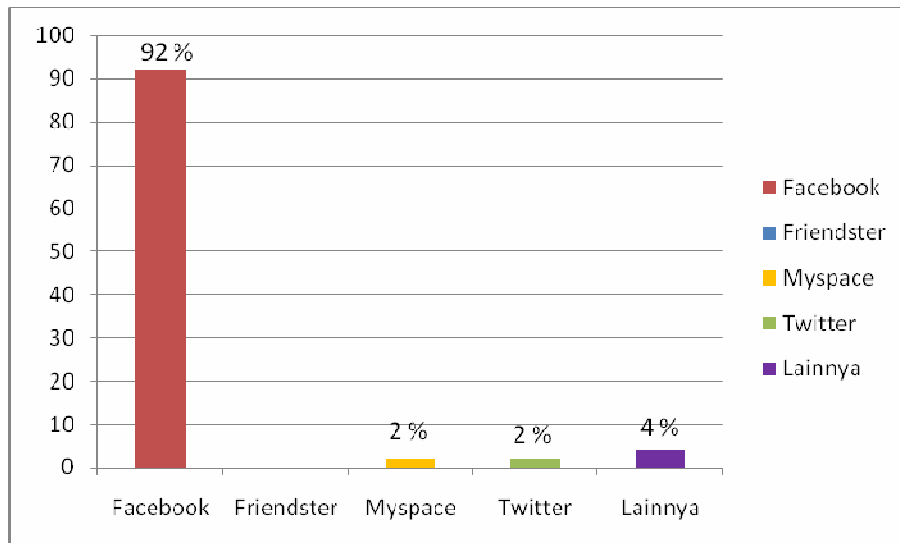
Gambar 2.19. Grafik mengenai alasan responden menyukai sebuah band / musisi.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebagian besar 82 responden (82%) menyukai sebuah band / musisi dari lagunya.

11. Situs pertemanan apa yang sering anda gunakan ?

- a. Facebook = 92 responden (92%)
- b. Friendster = 0 responden (0%)
- c. Myspace = 2 responden (2%)
- d. Twitter = 2 responden (2%)
- e. Lainnya = 4 responden (4%)



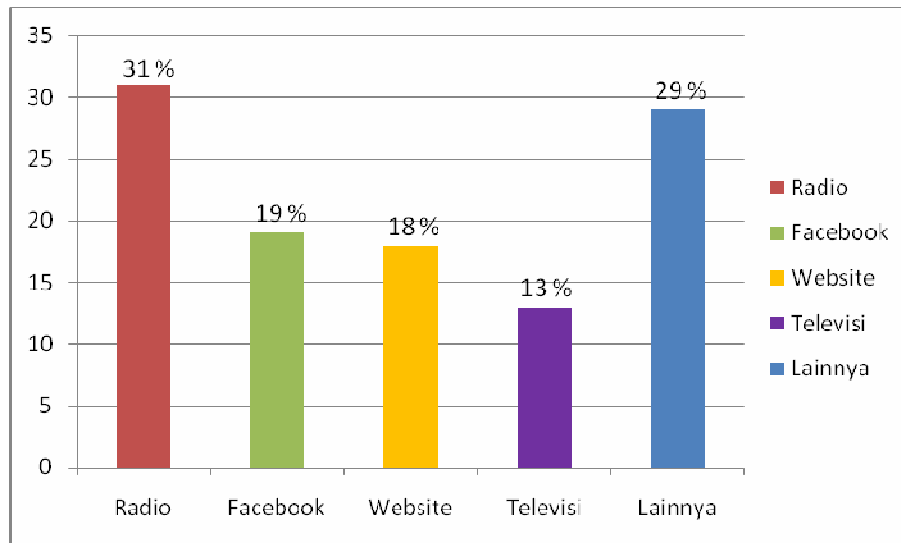
Gambar 2.20. Grafik mengenai situs pertemanan yang sering digunakan responden.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebagian besar 92 responden (92%) lebih sering menggunakan Facebook sebagai situs pertemanan. Hal ini dikarenakan memang saat ini situs ini lebih populer dan fiturnya lebih lengkap.

12. Menurut anda apa media promosi yang cocok untuk sebuah band ?

- a. Radio = 31 responden (31%)
- b. Facebook = 19 responden (19%)
- c. Website = 18 responden (18%)
- d. Televisi = 13 responden (13%)
- e. Lainnya = 29 responden (29%)



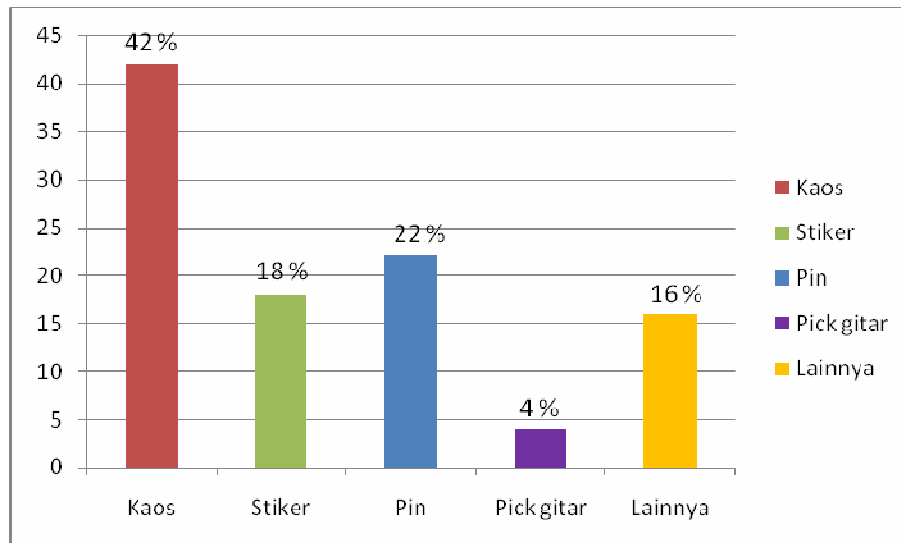
Gambar 2.21. Grafik mengenai pendapat responden tentang media promosi yang cocok untuk sebuah band.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 31 responden (31%) memilih radio sebagai media promosi yang cocok. Hal ini dikarenakan banyak orang mengetahui band-band baru salah satunya dari radio. Sementara itu 29 responden (29%) memilih media lain yang bervariasi seperti Video Clip, Poster, Tampil dalam Pensi, dan lain-lain.

13. Merchandise apa yang cocok dan anda sukai dari sebuah band ?

- a. Kaos = 42 responden (42%)
- b. Stiker = 18 responden (18%)
- c. Pin = 22 responden (22%)
- d. Pick gitar = 4 responden (4%)
- e. Lainnya = 16 responden (16%)



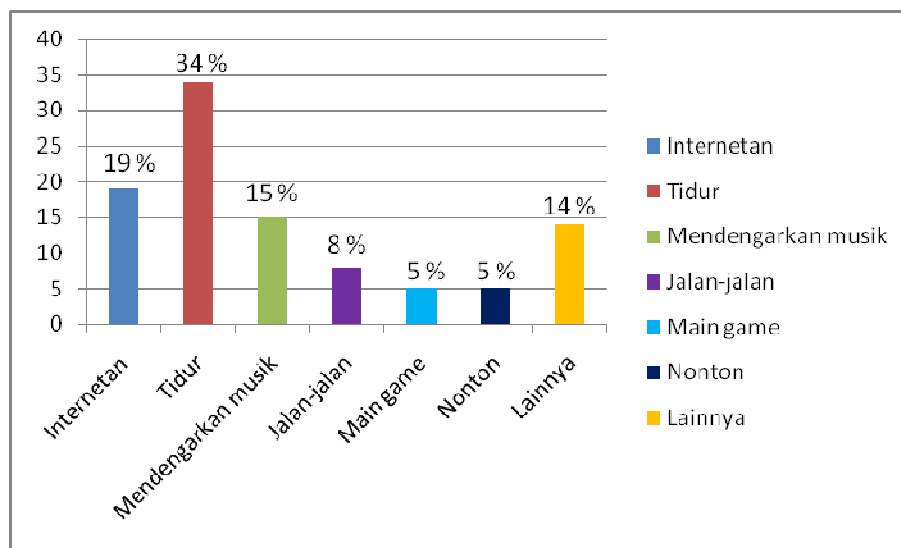
Gambar 2.22. Grafik mengenai pendapat responden tentang merchandise apa yang cocok untuk sebuah band.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 42 responden (42%) memilih kaos sebagai merchandise yang cocok untuk sebuah band. Hal ini dikarenakan kaos dapat digunakan sehari-hari dan merupakan salah satu kebutuhan primer.

14. Apa kegiatan yang biasanya anda lakukan di waktu luang ?

- a. Internetan = 19 responden (19%)
- b. Tidur = 34 responden (34%)
- c. Mendengarkan musik = 15 responden (15%)
- d. Jalan-jalan = 8 responden (8%)
- e. Main game = 5 responden (5%)
- f. Nonton = 5 responden (5%)
- e. Lainnya = 14 responden (14%)



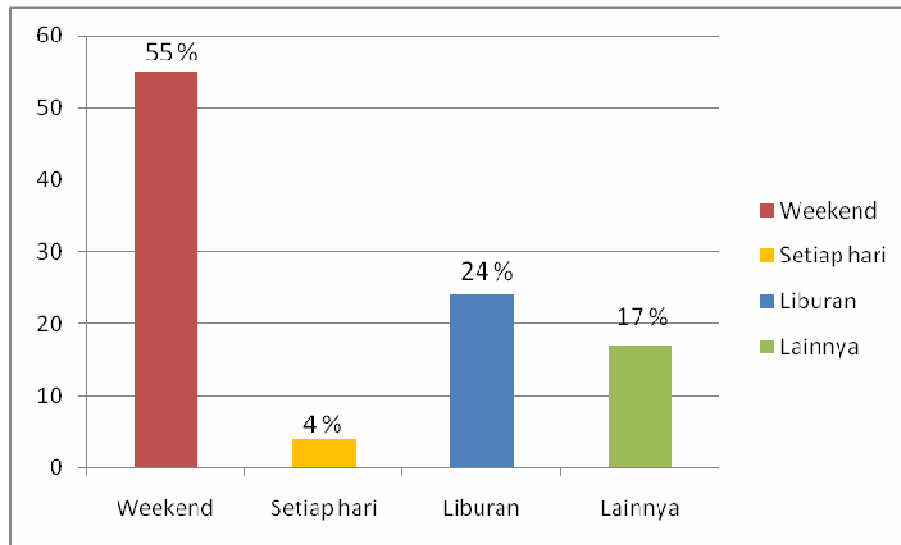
Gambar 2.23. Grafik mengenai pendapat responden tentang kegiatan yang dilakukan di waktu luang.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 34 responden (34%) memilih tidur untuk mengisi waktu luang. Hal ini dikarenakan aktivitas yang padat sehingga waktu luang digunakan untuk beristirahat.

15. Kapan biasanya anda bepergian dengan teman / keluarga ?

- a. Weekend = 55 responden (55%)
- b. Setiap hari = 4 responden (4%)
- c. Liburan = 24 responden (24%)
- d. Lainnya = 17 responden (17%)



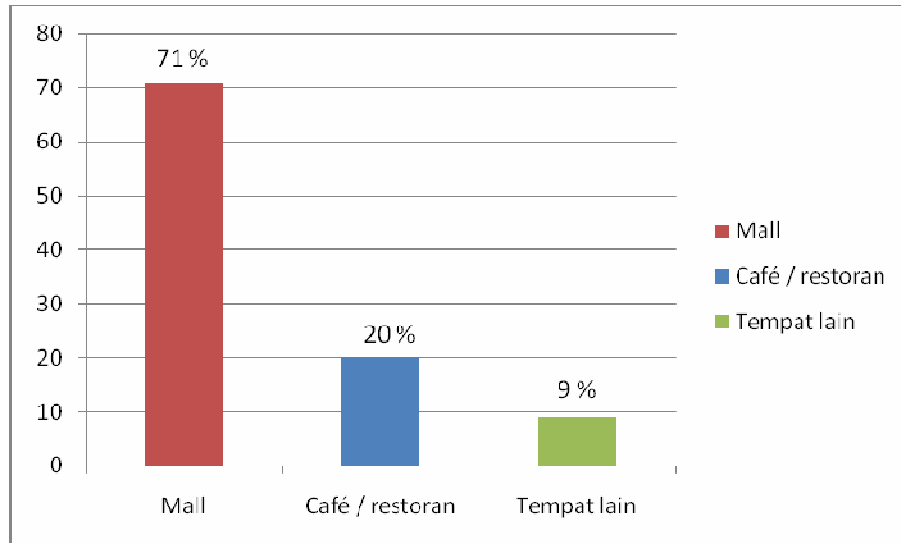
Gambar 2.24. Grafik mengenai waktu responden untuk bepergian bersama teman atau keluarga.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 55 responden (55%) memilih untuk bepergian pada saat weekend. Hal ini dikarenakan pada hari-hari biasa mereka memiliki aktivitas padat seperti sekolah, kuliah, dan kerja.

16. Tempat apa yang biasa menjadi tujuan bepergian anda ?

- a. Mall = 71 responden (71%)
- b. Café / restoran = 20 responden (20%)
- c. Tempat lain = 9 responden (9%)



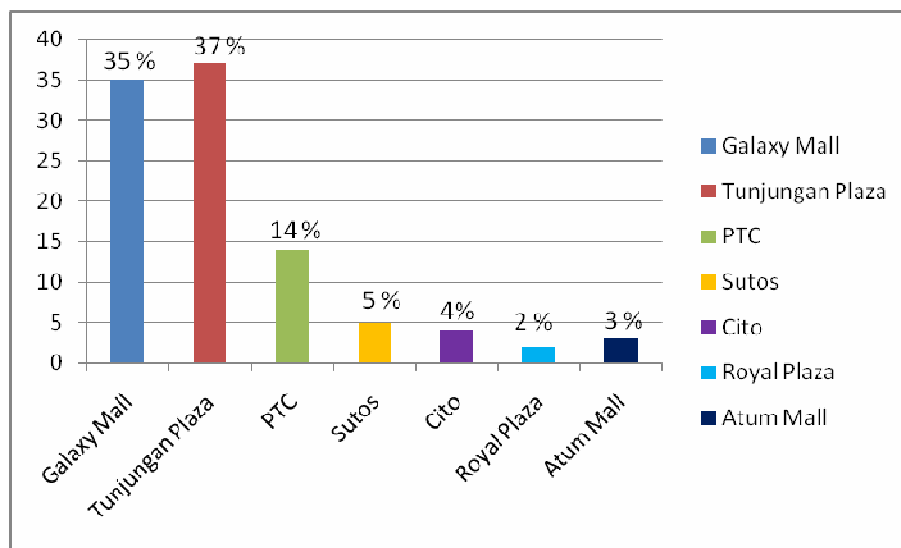
Gambar 2.25. Grafik mengenai Tempat yang biasa menjadi tujuan bepergian responden.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 71 responden (71%) memilih mall sebagai tujuan bepergian mereka. Hal ini dikarenakan di mall kita bisa mendapatkan lebih banyak hiburan.

17. Apa Mall yang sering anda kunjungi ?

- a. Galaxy Mall = 35 responden (35%)
- b. Tunjungan Plaza = 37 responden (37%)
- c. PTC = 14 responden (14%)
- d. Sutos = 5 responden (5%)
- e. Cito = 4 responden (4%)
- f. Royal Plaza = 2 responden (2%)
- g. Atum Mall = 3 responden (3%)



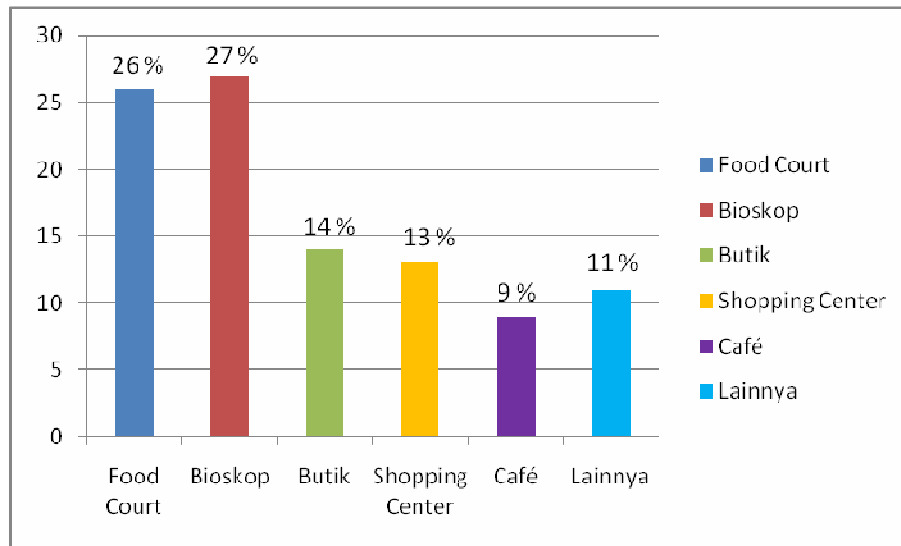
Gambar 2.26. Grafik mengenai mall yang biasa dikunjungi responden.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 37 responden (37%) memilih Tunjungan Plaza 35 responden (35%) memilih Galaxy Mall dan sebagai tujuan bepergian mereka. Hal ini dikarenakan kedua mall tersebut letaknya dekat dengan pusat kota.

18. Tempat apa yang biasanya menjadi tujuan bepergian anda di mall ?

- a. Food Court = 26 responden (26%)
- b. Bioskop = 27 responden (27%)
- c. Butik = 14 responden (14%)
- d. Shopping Center = 13 responden (13%)
- e. Café = 9 responden (9%)
- e. Lainnya = 11 responden (11%)



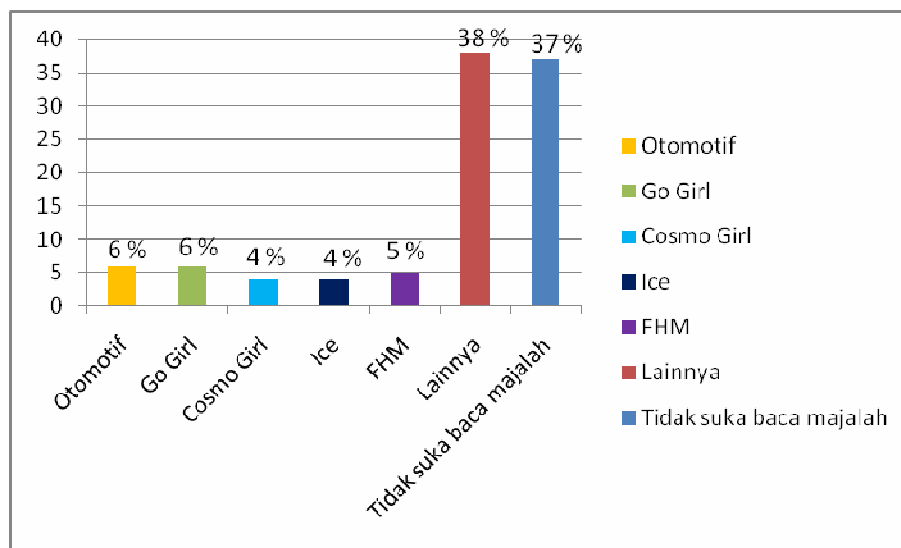
Gambar 2.27. Grafik mengenai tempat yang biasa dikunjungi responden saat bepergian ke mall.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 27 responden (27%) memilih Bioskop dan 26 responden (26%) memilih Food Court sebagai tujuan bepergian mereka di mall. Hal ini dikarenakan tujuan orang pergi ke mall memang kebanyakan untuk mencari hiburan dan tentunya makan.

19. Majalah apa yang biasanya anda baca ?

- a. Otomotif = 6 responden (6%)
- b. Go Girl = 6 responden (6%)
- c. Cosmo Girl = 4 responden (4%)
- d. Ice = 4 responden (4%)
- e. FHM = 5 responden (5%)
- f. Lainnya = 38 responden (38%)
- g. Tidak suka baca majalah = 37 responden (37%)



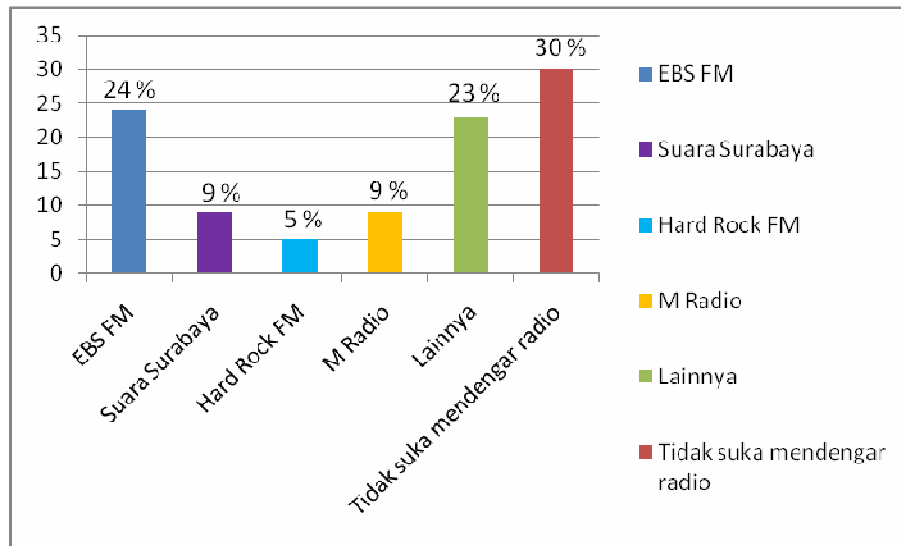
Gambar 2.28. Grafik mengenai majalah yang biasa dibaca oleh responden.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 37 responden (37%) mengatakan tidak suka membaca majalah dan 38 responden (38%) membaca majalah lain yang bervariasi dan relatif berbeda.

20. Stasiun Radio apa yang biasanya anda dengarkan ?

- a. EBS FM = 24 responden (24%)
- b. Suara Surabaya = 9 responden (9%)
- c. Hard Rock FM = 5 responden (5%)
- d. M Radio = 9 responden (9%)
- e. Lainnya = 23 responden (23%)
- f. Tidak suka mendengar radio = 30 responden (30%)



Gambar 2.29. Grafik mengenai stasiun radio yang biasa didengar oleh responden.

Kesimpulan dan asumsi :

Dari data yang diperoleh sebanyak 30 responden (30%) mengatakan tidak suka mendengar radio dan 24 responden (24%) sering mendengarkan radio EBS FM. EBS FM merupakan radio yang menargetkan pendengar mereka pada kalangan muda dan memfokuskan pada acara - acara anak muda.

2.3.3.2. Analisis Data Wawancara

Tessa, 18 tahun, tinggal di Surabaya, saat ini tengah menginjak kelas 3 SMA dan sebentar lagi akan menghadapi UNAS. Ia bingung menentukan masa depannya mau kuliah dimana. Ia suka menonton film drama and setiap hari selalu mendengarkan lagu yang sesuai moodnya. Baginya musik sangat penting

karena dengan mendengarkan musik ia bisa melepaskan stress dan memperbaiki *moodnya*. Apalagi ditengah tekanan baik dari sekolah yang sebentar lagi mengadakan ujian dan memberikan tugas-tugas yang banyak, maupun hal-hal lainnya. Menurutnya dengan mendengarkan musik ia bisa menjadi lebih bersemangat dan berpikir lebih jernih. Ia ingin memiliki pacar dan memandang cinta itu penting dalam hidup. Ia berharap kelak di masa depan punya keluarga yang bahagia. Kesehariannya diisi dengan kegiatan sekolah dan les. Biasanya setiap akhir pekan ia pergi ke mall bersama teman atau keluarga untuk bersenang-senang, melihat pakaian, sepatu, aksesoris, atau nonton di bioskop.

2.3.4. Asumsi Data Survey dan Wawancara

Hasil suvei dan wawancara menunjukkan kalangan usia 17 – 24 tahun yang bertempat tinggal di Surabaya biasanya menghabiskan waktu luang untuk tidur-tiduran sambil mendengarkan musik. Mereka mendengarkan musik untuk melepaskan *stress* baik itu karena masalah kuliah, sekolah, ataupun masalah lainnya. Selain itu mereka sering internetan dan kebanyakan menggunakan situs pertemanan Facebook untuk berhubungan dengan teman-teman mereka. Karena aktivitas yang padat setiap harinya mereka lebih sering jalan-jalan pada saat *weekend* dan yang menjadi tujuan utama mereka adalah mall karena di mall terdapat banyak hiburan yang bisa melepas rasa penat bagi sebagian besar orang. Tempat yang sering mereka kunjungi di mall adalah tempat makan dan bioskop.

Selain itu dari hasil survey dan wawancara juga dapat dilihat bahwa My Other Vehicle sebenarnya memiliki potensi untuk lebih dikenal masyarakat. Lagu-lagunya *easy listening* walaupun beraliran *alternative rock* dan liriknya mudah untuk dicerna juga diingat. Mereka juga pernah mengikuti beberapa *event*, perlombaan, dan wawancara serta tampil di radio. Namun MOV masih belum begitu memaksimalkan promosi, sehingga di kalangan masyarakat tidak banyak yang mengetahui dan mendengar lagu dari MOV.

2.4. Analisis Data

2.4.1. USP (Unique Selling Point)

My Other Vehicle adalah band yang membuat pendengarnya berpikir positif dan peduli terhadap keadaan sekitar.

2.4.2. Kesimpulan Analisis Data

Hasil survei menunjukkan bahwa My Other Vehicle masih belum banyak dikenal masyarakat Surabaya. Hal ini memang dikarenakan kurangnya promosi dari band MOV sendiri. Namun dari segi musik lagu-lagu mereka *easy listening* dan tampaknya tidak sulit diterima masyarakat. Apalagi band ini ingin mengajak para penikmat musik untuk berpikir positif dan peduli terhadap keadaan sekitar.

Target Audience mereka sendiri suka dan sering mendengarkan musik. Di tengah-tengah kesibukan mereka yang padat aktivitas seperti tugas-tugas sekolah / kuliah dan pekerjaan lainnya, mereka biasanya menghabiskan waktu luang untuk beristirahat sambil mendengarkan lagu untuk menghilangkan kepenatan. Melalui pesan yang dibawakan dalam lagu-lagu MOV tampaknya mampu memotivasi mereka dan mengajak mereka untuk berpikir positif serta lebih *refresh*. Selain itu dari hasil survey dan wawancara ditemukan ada beberapa kemungkinan lokasi dan media yang tampaknya bisa dipakai untuk promosi band MOV.