

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Rock alternatif (bahasa Inggris: *Alternative rock*, disebut juga musik alternatif atau hanya alternatif) adalah aliran musik rock yang muncul pada tahun 1980-an dan menjadi sangat populer di tahun 1990. Nama “alternatif” ditemukan pada tahun 1980 untuk mendeskripsikan band-band punk rock yang tidak sesuai dengan aliran punk rock pada masanya. Sebagai jenis musik yang spesifik, rock alternatif 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*. Aliran-aliran tersebut terkonsolidasi dengan ciri khasnya masing-masing. 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.

Pada tahun 1980an di Amerika Serikat, istilah yang umum digunakan adalah *college rock* (Rock Universitas). Istilah ini digunakan karena banyak mahasiswa yang menyukai aliran musik jenis ini pada zamannya. Di Inggris, istilah yang biasa digunakan adalah indie. Walaupun begitu, pada tahun 1985, istilah indie digunakan untuk menyebut sub-aliran dari alternatif, bukan sekedar penggantian istilah. Istilah “*alternative rock*” atau “rock alternatif” ditemukan pada tahun 1990. Walau begitu, istilah “alternatif” sempat muncul pada pertengahan 1980an, sebuah istilah untuk “musik baru” dan “pasca modern”. Penggunaan asli istilah ini sebenarnya lebih luas daripada yang kebanyakan dimengerti, yaitu dengan meliputi *punk rock*, *New Wave*, *post-punk*, dan bahkan musik pop, juga indie. Tahun 1991, ketika penambahan kategori musik alternatif di Penghargaan Grammy dan Penghargaan musik video MTV, akhirnya istilah

“alternatif” menjadi populer dan digunakan secara luas, bersamaan dengan suksesnya Lollapalooza.

“*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.

Pada awal tahun 1980an, beberapa stasiun radio kampus di Amerika Serikat memutar musik-musik rock alternatif. Rock alternatif kemudian menjadi populer di pertengahan 1980an. Namun stasiun radio komersial belum begitu mempedulikan aliran musik ini. Rock alternatif yang sering diputarkan di radio-radio Inggris, biasanya oleh DJ seperti John Peel, Richard Skinner, dan Annie Nightingale. Akhirnya, akhir tahun 1980an di Amerika Utara, stasiun radio komersial mulai memutar lagu-lagu rock alternatif, mengawali format radio modern rock. Diluar Amerika Utara, Double J, stasiun radio pemerintah di Sydney, Australia mulai menyiarkan rock alternatif. Tahun 1990, Double J yang sekarang dikenal sebagai Triple J, mulai menyiarkan secara nasional. MTV juga memutar video alternatif pada tengah malam. Tahun 1986, MTV Amerika Serikat menyiarkan program musik alternatif tengah malam, *120 Minutes*.

Walaupun band-band alternatif pada tahun 1980an tidak pernah membuat album yang spektakular, mereka menimbulkan pengaruh yang besar bagi para musisi tahun 80an. 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. Hasilnya, rock alternatif menjadi bentuk musik rock paling populer dalam satu dekade ini dan banyak band-band alternatif menghasilkan sukses besar.

Dalam satu dekade pertama pada abad ke 21, aliran musik rock terus berevolusi dari awal alternatif musik yang muncul pada tahun 1980an. Musik rock

yang populer pada zaman sekarang, terlihat dari grup modern rock seperti Linkin Park. Iri hati karena mengetahui kenyataan bahwa aliran musik tersebut merupakan pengaruh dari rock alternatif, sebagian besar fans menyatakan ini adalah bagian dari aliran *nu metal*. Bagaimanapun juga, pada tahun 2004 alternatif rock mendapat popularitas dari artis seperti Modest Mouse dan Franz Ferdinand. (Fatkhur, par.1)

Saat ini musik yang disuguhkan oleh band-band alternative rock kebanyakan merupakan gabungan dari unsur rock dan pop, juga unsur - unsur lain dengan tema yang bervariasi.

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), Terncem (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*. Band- band yang menjadi *gods*-nya antara lain Slayer, Metallica, Exodus, Megadeth, Kreator, Sodom, Anthrax hingga Sepultura. Kebanyakan kota- kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Jogjakarta, Surabaya, Malang hingga Bali, scene *underground*nya pertama kali lahir dari genre musik ekstrem tersebut. Di Jakarta sendiri komunitas *metal* pertama kali tampil di depan publik pada awal tahun 1988. Komunitas anak *metal* (saat itu istilah *underground* belum populer) ini biasa *hang out* di Pid Pub, sebuah pub kecil di kawasan pertokoan Pondok Indah, Jakarta Selatan. 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*. Misalnya saja band Pestol Aer dari komunitas *Young Offender* yang diawal kiprahnya sering

meng-cover lagu-lagu Sex Pistols lengkap dengan *dress-up punk* dan *haircut* mohawknya. 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)

Dari Surabaya ini pula lahir band-band besar seperti Dewa 19, Boomerang, Powerslaves, dan Padi. Namun dalam kurun waktu 10 tahun terakhir ini belum ada band-band (terutama beraliran *Alternative rock*) asal Surabaya yang mampu mengikuti kesuksesan para pendahulunya. Padahal ada banyak band di Surabaya yang dari segi *skill* dan kualitas musik yang tidak perlu diragukan, namun tidak ada satupun yang berhasil menorehkan sukses di industri musik Indonesia. Bahkan Piyu gitaris Padi sampai mengadakan sebuah *event* untuk mencari band terbaik di Surabaya untuk diorbitkan, yang saat ini sedang berlangsung.

My Other Vehicle (MOV) adalah sebuah band asal Surabaya yang mengusung aliran *positive alternative rock* (genre rock namun dengan lirik positif dan "membangun"), karena awalnya MOV adalah sebuah band *Gospel*. Lirik positif dan membangun tersebut maksudnya di 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, cinta terhadap negeri sendiri, dan perasaan jatuh cinta/kasmaran.

Band ini terbentuk pada tahun 2007 oleh Criz dan Hbel, dimana salah satu visinya adalah menciptakan karya yang dapat membangun mental positif masyarakat terhadap keadaan sekitar. Band ini sudah mengalami beberapa kali pergantian personel hingga terbentuk formasi yang sekarang yaitu Christianus Dwi/Criz (vocal, bass), Habel Binta /Hbel (vocal, gitar, keyboard), Bima Valentino (lead guitar), dan Nathan (drums). MOV telah 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. ("My Other Vehicle" par.1)



Gambar 1.1 Foto personil MOV tahun 2009 (formasi lama)

Permasalahannya adalah kesulitan mereka dalam mempromosikan mini album mereka ditambah lagi budget yang minim. Promosi yang dulu mereka lakukan hanya sebatas lewat internet melalui situs facebook dan myspace, itupun tidak begitu efektif karena yang mengenal mereka kebanyakan hanya teman-teman mereka sendiri. Berikut ini tampilannya dalam myspace dan facebook :



Gambar 1.2 Tampilan MOV dalam Myspace

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



Gambar 1.3 Tampilan MOV dalam Myspace

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

mempersiapkan materi untuk mini album ke dua mereka dan mulai melakukan rekaman di bulan februari 2010.

MOV pernah mengikuti beberapa *event* dan perlombaan salah satunya ITC *Punch Music* di tahun 2009 namun pada lomba tersebut mereka tidak menjadi juara. Sebelumnya mereka juga sudah pernah manggung di *cafe* dan acara pensi SMA. Band ini benar-benar serius dan tidak main-main dalam bermusik. Mereka rutin latihan setiap minggunya dan memiliki *planning* yang jelas mengenai kegiatan mereka dalam satu bulan. Dilihat dari segi mental dan materi (lagu) yang mereka miliki tampaknya ada potensi kedepannya mereka bakal lebih sukses. Selain itu mereka memiliki visi membangun mental positif masyarakat melalui lagu-lagu mereka. Dan saat ini dibutuhkan promosi agar masyarakat mengenal mereka, mendengar lagu mereka, dan tentunya diharapkan bisa menjadi penggemar, juga untuk menarik perhatian *label* rekaman yang mungkin tertarik mengontrak mereka.

Saat ini media promosi sendiri bermacam-macam dan mulai bermunculan media-media *unconventional* seperti *ambient media* dan *direct mail* yang *berbudget* rendah. Penggunaan media-media seperti ini pula yang nantinya akan coba diterapkan ke dalam promosi band MOV.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang promosi yang efektif agar mampu meningkatkan *awareness* masyarakat dan menarik minat terhadap band MOV ?

1.3. Batasan Masalah

- Obyek perancangan ini adalah Perancangan Promosi band MOV.
- *Target audience* dari perancangan ini pada umumnya adalah anak muda dari berbagai kalangan sosial ekonomi, baik laki-laki maupun perempuan, berumur 17-24 tahun
- Lokasi survei dilakukan di Surabaya.
- Waktu survei dan perancangan pada bulan Februari – Maret 2010

1.4. Tujuan Perancangan

Merancang promosi yang efektif bagi band MOV melalui media yang unik dan menarik.

1.5. Manfaat Perancangan

- Bagi MOV
Supaya dapat memberikan referensi promosi yang dapat digunakan untuk MOV sendiri.
- Bagi Mahasiswa
Sebagai bahan bacaan terkait dengan perancangan promosi band.
- Bagi Universitas Kristen Petra
Menambah koleksi bacaan terkait dengan perancangan promosi band.
- Bagi Masyarakat
Agar mendengar lagu – lagu MOV dan selanjutnya tertarik untuk membeli CD MOV.

1.6. Definisi Operasional

- Promosi
Promosi adalah salah satu kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu barang atau jasa dengan tujuan menjual produk atau jasa tersebut. (Kamus Besar Bahasa Indonesia).
- Band
Band dalam bahasa Inggris berarti kelompok.
- My Other Vehicle
My Other Vehicle adalah band asal Surabaya yang mengusung aliran *positive alternative rock*.
- Media pendukung
Media pendukung adalah alat atau sarana yang digunakan untuk membantu dan menunjang.

1.7. Metodologi Perancangan

1.7.1. Metode Pengumpulan Data

Ada berbagai macam metode pengumpulan data, yaitu dengan bentuk kepustakaan, melakukan wawancara, kuesioner, dan observasi. Dilihat dari sumber datanya, maka metode dapat dibagi menjadi dua macam berdasarkan perbedaan sumber yaitu data primer dan data sekunder.

1.7.1.1. Data Primer

a. Metode Wawancara

Metode wawancara termasuk salah satu metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada responden. Wawancara akan dilakukan dengan personel MOV yaitu Christianus, Bima, Nathan, dan Habel serta *Target Audience* mereka yang berusia 17-24 tahun.

b. Kuisisioner

Metode ini dilakukan dengan cara membagikan angket yang berisi daftar pertanyaan seputar fakta, pendapat atau sikap, informasi dan persepsi diri yang diberikan kepada *audience*. Kuisisioner akan dibagikan kepada 100 orang yang berusia 17-24 tahun untuk mengetahui apa saja pendapat dan harapan mereka terhadap band MOV.

c. Observasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data-data terkait dengan dokumentasi yang telah dibuat seperti cover album CD dan promosi yang pernah dilakukan serta observasi terhadap band-band lain di Surabaya terkait dengan promosi yang mereka lakukan.

1.7.1.2. Data Sekunder

Yang dimaksud dengan data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang tersedia melalui publikasi dan informasi yang

dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan termasuk majalah jurnal (Ruslan 30).

a. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data dengan cara mengkaji informasi melalui media-media cetak seperti koran, buku, majalah, jurnal.

b. Internet

Memperoleh data yang diperlukan lewat jaringan internet. Data tersebut biasanya berupa artikel atau komentar-komentar seseorang.

c. Metode Dokumentasi Data

Metode Dokumentasi data dalam hal ini yang dimaksudkan adalah dengan penelitian historis dokumenter yang dilakukan dengan mengumpulkan dokumen dengan menggali, memotret, meniru, dan sejenisnya. Dokumentasi ini berupa buku, gambar, foto, arsip.

1.7.2. Metode Analisis

1.7.2.1 Analisis Kualitatif

Metode yang digunakan bersifat deskriptif, maksudnya meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran mengenai fakta-fakta sifat-sifat hubungan antar fenomena yang diselidiki.(Nazir 63)

1.7.2.2. USP (*Unique Selling Point*)

Teknik ini menganalisa keunikan MOV yang kemudian diangkat untuk menjadi nilai lebih dibandingkan dengan band-band lainnya.

1.8. Konsep Perancangan

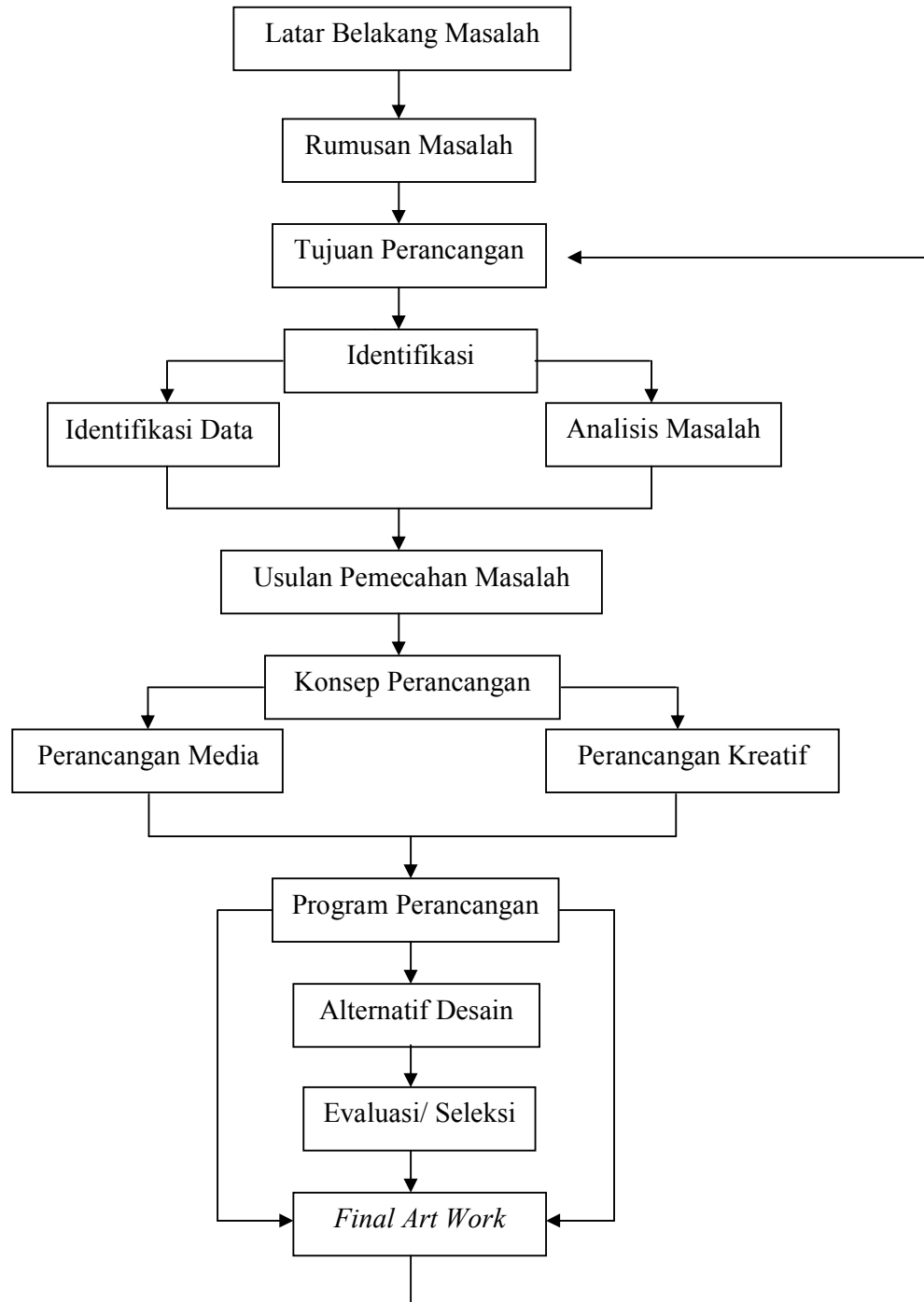
Promosi dibuat dengan konsep perancangan berdasarkan pengambilan data dari media cetak, responden (kuisisioner, wawancara), artikel, buku-buku referensi, serta media lainnya.

Data-data tersebut diolah menjadi suatu intisari/kesimpulan, lalu pesan tersebut disampaikan dengan menggunakan pendekatan visual melalui media – media yang ditemukan saat mencari *point of contact* dari *target audience*.

Profil *target audience* yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- Segi Demografis
Target audience dari perancangan ini pada umumnya adalah anak muda dari berbagai kalangan sosial ekonomi, baik laki-laki maupun perempuan, berumur 17-24 tahun.
- Segi Geografis
Target audience yang berdomisili di kota Surabaya dan sekitarnya.
- Segi Psikografis
Target audience yang dimaksudkan disini adalah *audience* yang modern, mengikuti perkembangan jaman, menyukai musik, aktif, dinamis.
- Segi Behavioral
Target audience dengan aktivitas padat, menyukai musik serta suka mencari tahu mengenai perkembangan musik di Indonesia

1.9. Skematika Perancangan



Gambar 1.6 Skematika Perancangan