

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

Daftar pertanyaan dengan personil band Pyong-pyong, Adit Setyanto, Pandu dan Bayu. Dilakukan dua kali, yaitu pertama pada 28 September 2022 pukul 13.00 di kediaman Adit Setyanto Kota Semarang, dan kedua pada 4 Oktober 2022 pukul 16.00 melalui telewicara.

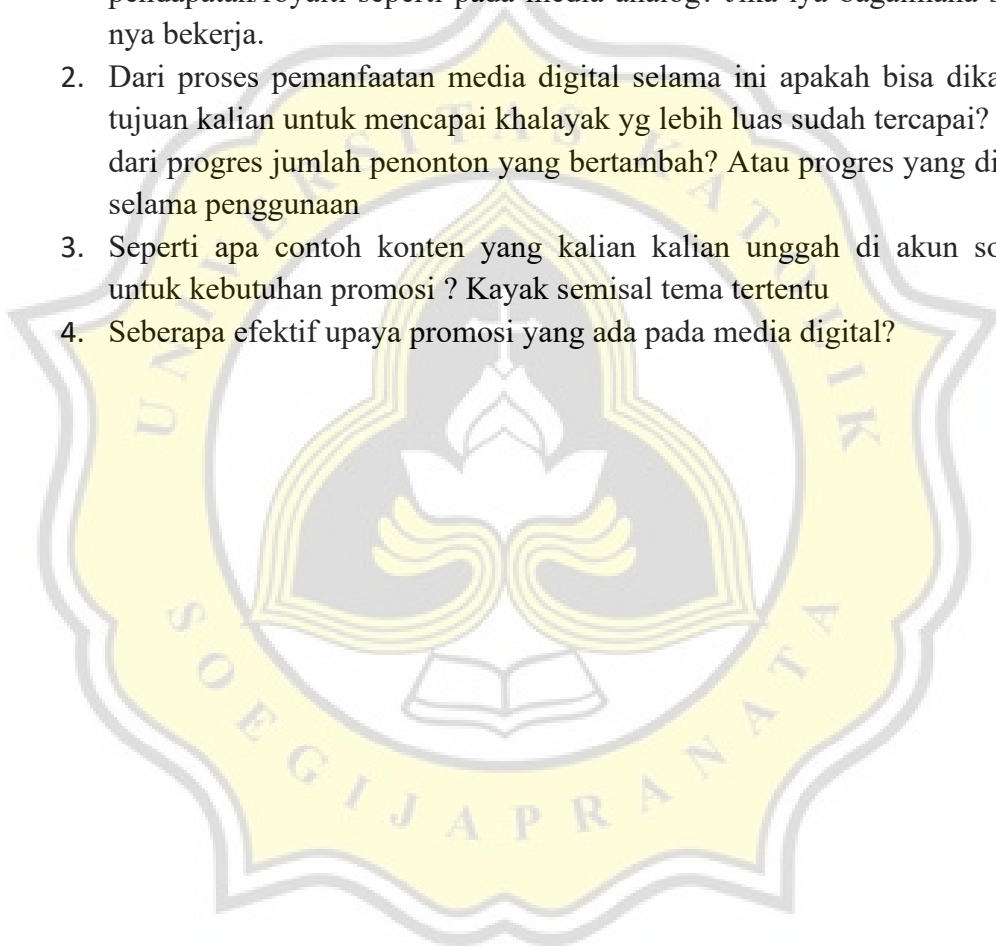
#### Pertanyaan Wawancara Skripsi 28 September 2022

1. Mungkin bisa ceritakan sedikit tentang band kalian?
2. Karya apa saja yang sudah kalian rilis selama terjun ke industri musik?
3. Mungkin dulu pyong” sudah melalui masa peralihan dari distribusi karya yang analog sampai saat ini digital, bagaimana menurut kalian proses perubahan tersebut ?
4. Apa perbedaan yang kian terasa dari kedua jenis media antara digital dan analog tersebut?
5. Bagaimana tanggapan kalian terkait media digital yang ada saat ini?
6. Dari rilisan kalian selama ini kebanyakan kan digital, mengapa memilih media digital sebagai platform kalian?
7. Apa saja yang dilakukan pyong-pyong dengan media digital ini?
8. Jenis media apa saja yang kalian manfaatkan dalam sebuah distribusi karya itu sendiri?
9. Bagaimana proses penggunaan media digital yang kalian lakukan untuk distribusi karya?
10. Dalam melakukan proses tersebut apakah ada pihak lain yang membantu?
11. Apa tujuan yang kalian miliki sehingga menggunakan media tersebut ?
12. Sampai disini seberapa besar pengaruh penggunaan media digital dengan pyong-pyong itu sendiri?
13. Bagaimana tanggapan kalian melihat proses distribusi musik yang ada di era media digital?
14. Apa hal yang menurut kalian yang hanya ada di media digital?
15. Apa hal yang menurut kalian hanya ada di media analog ?
16. Apa langkah pertama yang dilakukan setelah rilis karya?
17. Seberapa efektif penggunaan media digital untuk mendistribusikan karya ?
18. Apakah kalian punya trick atau guiden tersendiri dalam mendistribusikan karya lewat media digital?
19. Bagaimana menurut kalian hak cipta yang ada pada media digital?

20. Bagaimana pandangan kalian penggunaan media digital untuk karya musik dalam jangka Panjang?
21. Pemilihan tempat tour berdasarkan statistik yang ada pada media digital.

#### **Pertanyaan Wawancara Susulan 4 Oktober 2022**

1. Untuk distribusi musik di media digital sendiri, apakah bisa menghasilkan pendapatan/royalti seperti pada media analog? Jika iya bagaimana sistemnya bekerja.
2. Dari proses pemanfaatan media digital selama ini apakah bisa dikatakan tujuan kalian untuk mencapai khalayak yg lebih luas sudah tercapai? Misal dari progres jumlah penonton yang bertambah? Atau progres yang dialami selama penggunaan
3. Seperti apa contoh konten yang kalian kalian unggah di akun sosmed untuk kebutuhan promosi ? Kayak semisal tema tertentu
4. Seberapa efektif upaya promosi yang ada pada media digital?



## Lampiran 2

Transkrip hasil wawancara dengan personil band Pyong-pyong, Adit Setyanto, Pandu dan Bayu. Dilakukan dua kali, yaitu pertama pada 28 September 2022 pukul 13.00 di kediaman Adit Setyanto Kota Semarang, dan kedua pada 4 Oktober 2022 pukul 16.00 melalui telewicara.

1. Peneliti : Mungkin bisa ceritakan sedikit tentang band kalian, selain itu juga dengan kebiasaan sehari-hari para personilnya?

Pandu : “Pyong-pyong sendiri terbentuk pada tahun 1999, untuk bongkar pasang personil memang sudah beberapa kali bongkar dan pasang. Terus untuk keseharian kita selain ngeband kita main musik

2. Peneliti: Karya apa saja yang sudah dirilis selama terjun kedalam industri musik ?

Pandu : Untuk karya sendiri kita sudah memiliki total tujuh album, tapi untuk yang sudah dirilis resmi dan juga berbentuk fisik dan digital dua album terakhir. Karena memang sebelumnya kita belum berfikir untuk adanya pengarsipan karya.

3. Peneliti: Mungkin dulunya kalian sudah mengalami masa rilis album analog, melalui cd dll. Nah sekarang sendiri itu masanya udah media digital. Gimana menurut kalian proses perubahan itu sendiri?

Pandu : Proses perubahan dari analog ke digital itu sebenarnya kalo dari materi lagu atau proses berkarya itu ga ada yang berubah sama sekali. Yang berubah itu kan cumin media untuk kita menyampaikan karya atau menjual istilahnya. Perubahan dari analog ke digital yang paling utama dirasakan adalah ketika di digital itu kita tidak lagi harus mengeluarkan biaya yang terlalu banyak untuk menggandakan karya, Karna semua sudah di handover sama publisher atau aggregator. Jadi materi lagu yang kita buat tinggal kita submit, terus nanti aggregator membantu kita untuk bisa pasang itu di platform streaming musik.

4. Peneliti : Bagaimana tanggapan kalian terkait distribusi musik melalui media digital yang ada saat ini?

Bayu : Cukup sangat membantu sih, karena distribusi ke teman-teman audiens diluar Semarang itu bisa ter-cover. Meskipun juga kita nggak menampik adanya album fisik itu penting, karena bagaimanapun dengan album fisik kan kita lebih bisa mengakomodir keamanan data. Kali di digital kita kan nggak tau, kalo di fisik itu kan sebenarnya lebih mudah

taruh aja sepuluh pasti incomenya juga sesuai sepuluh. Selain itu kalo di album fisik experience nya beda, karena masing-masing track itu benar-benar dibuat urut.

Pandu : Kalo di digital itu lebih up to date, let's say kita baru rilis di jam 12 malem, jam 12 lebih satu menit itu audiens udah langsung bisa dengerin. Kelebihannya disitu, karena kalo kita pakai kaset itu kan harus nunggu ready dan nunggu lagi untuk pengiriman yang diluar Semarang terus buka segel, nyalain playernya gitulah. Memang ada plus minusnya dari dua sisi yang berjalan, cuman menurutku digital itu memudahkan dari kedua sisi selain musisi juga audiensnya.

5. Peneliti: Apa yang menurut kalian cuma ada di media analog?

Pandu : Kalo dari aku media analog itu yang cuma ada di media analog ya kita bener-bener punya karya secara fisik. Jadi bisa jadi collectable item untuk audiens, mereka kaya punya produk yang real dari musisinya.

Bayu : Kurang lebih sama sih, analog kan lebih keliatan untuk koleksinya, kalo kita mau simpan atau diplay dilemari seperti ini itu. Dan lagi lebih aman menurutku, karena punya fisiknya itu, kalo digital misalkan servernya down atau di hack dan ambrol. Jangankan kita titip karya di orang lain seperti publisher atau aggregator, kita save sendiri di harddisk pun kadang masih bisa hilang. Nah, seperti itu tarohlah di vinyl mau basahpun masih bisa.

Pandu : Kalo ngomongin digital kan kita juga nggak akan lepas dengan koneksi ya, mungkin lebih ke user experiencenya yang kalo mereka nggak ada koneksi atau koneksi mereka buruk juga mereka bakal mendengarkan karya kita dengan kualitas yang buruk juga, isitilahnya itu.

Bayu : Oiya betul, itu bedanya audio yang beredar (di digital) dengan di album fisik sangat jauh, banyak kompresi disitu. Karena waktu kita rekaman tu data yang kita dapatkan waktu lagu itu jadi ada dalam hitungan giga. Tapi ketika sudah jadi format mp3 cuman 8 mega peling besar, jadi experiencenya beda.

6. Peneliti : Hal apa yang hanya ada di distribusi musik melalui media digital ?

Pandu : Yang cuman ada di media digital yang pertama adalah proses distribusi karya yang lebih mudah, tap in tap play, kecepatan distribusinya juga phase in phase out juga bisa di media digital.

Pandu : Terus di media digital sendiri kita juga bisa, isitlahnya mapping untuk audiens kita yang dengerin. Let's say kalo di media digital kita bisa tau nih, sampe sedetail-detailnya audiens kit aitu nge-play dari mana, usia berapa sedetail itu. Jadi dari mapping itu kita nentuin market kita yang kedepan itu kita mau narget kemana, gitu.

Bayu : Selain itu yang cuman ada di media digital adalah algoritma, yang mana kalo semisal orang beli fisik dengerin satu lagu diputer terus itu cuman dia yang dengerin nggak akan nyebar ke yang lain. Tapi kalo di digital itu ketika satu orang itu rutin ngeplay lagu kita beberapa kali, maka dia akan otomatis nge suggest orang terdekatnya dari playlist nya.

7. Peneliti : Sudah beberapa tahun terakhir Pyong-pyong sudah merilis karya melalui media digital semua. Apa alasan utama yang mendasari kalian untuk melakukan hal itu?

Adit : Ya maksudnya kalo untuk produksi fisik, sebenarnya kalo kita ini kan udah nggak mentingin untuk produksi yang terlalu banyak ya. Karena kalo terlalu banyak itu, kalo nggak laku kan banyak yang kebuang juga kan. Makanya lebih tepat sasaran lagi kalo fisik itu buat bukti aja kalo kita punya rilisan fisik. Selebihnya buat jangkauan pendengar yang luas ya pake media digital, selainitu adaptasi juga sih karena eranya kan juga udah beda anak mana yang nggak pakai handphone. Secara nggak langsung alasan utama kita pake media digital ya agar bisa mencari pendengar yang lebih luas lagi.

8. Peneliti : Apa saja yang dilakukan Pyong-pyong dengan media digital itu?

Pandu : Secara garis besar yang kita lakuin di media digital kita lebih mudah untuk campign buat karya kita. Misalkan dalam satu lagu yang mau dirilis pada bulan Desember, berarti pemanfaatan media digitalnya adalah dari bulan Oktober kita sudah ngeluarin buat gimmick yang ada hububunganya sama lagu. Atau kita udah mulai spill yang akan kita rilis di bulan desember. Nah biasanya buat media pakai memang masih Instagram dan Tiktok. Jadi prosesnya ketika materi sudah jadi kita bikin campaign nya untuk bisa relate to lagu itu, habis itu setelah lagu itu rilis baru ada campaign baru untuk mempromosikan full song ini. Jadi setelah lagu itu rlis ada tambahan media yang dipakai yaitu Youtube, bisa ngeluarin video lirik dan video klip. Setelah itu media digital yang dipakai kan juga termasuk platform musik lainnya, karena ketika campaign sebelum dirilis kan cuman aktif di Instagram aja sama tiktok nah setelah rilis kita nambah media lagi, akhirnya semua kerambah.

9. Peneliti : Secara singkat bagaimana cara agar karya yang kalian punya bisa tayang di aplikasi streaming platform?

Pandu : Jadi untuk proses sampai lagu itu rilis, kita nyerahin semuanya ke irama record full. Untuk prosesnya seperti apa, pitching nya seperti apa, nah pitching sendiri itu lagu kita akan dipilih untuk masuk ke beberapa playlist untuk materiil promosinya. Misalkan kalo kita pop-punk, berarti si Irama Record itu akan memilih playlist yang akan dimasuki lagu kita,

10. Peneliti : Hingga saat ini, seberapa besar pengaruh dari penggunaan media digital terhadap Pyong-pyong itu sendiri?

Adit : Sangat berpengaruh banget, dari fisik aja kita cuman cetak 100 lo. Kalo kita tidak memanfaatkan digital berarti kan hanya orang seratus.

Pandu : Pengaruh paling terasa itu ketika audiens itu datang, dan nggak semua audiens itu punya daya beli untuk album fisik. Jadi katakanlah kalau album fisik itu kita jual dengan harga 50 ribu mereka akan memilih untuk beli tiket nonton konser kita. Nah gimana cara mereka dengerin untuk lagu kita, ya melalui platform digital tadi itu. Katakanlah perbulan mereka langganan 15 ribu dan mereka udah bisa nikmatin fasilitas premium yang bisa dengerin lagu kita full satu album. Mereka juga lebih mudahnya katakanlah ketika mereka mau jalan kemana mereka nggak harus bawa album fisik kita buat dengarin.

Adit : Apalagi sekarang dari believe kan sekarang ada Youtube topik, meskipun kita nggak premium kalo nggak mau loncat mau dengerin Pyong-pyong ya lewat youtube. Apalagi kan beberapa orang itu lebih memanfaatkan Youtube dibanding Spotify. Jadi lewat youtub aja.

11. Peneliti : Believe musik sendiri itu apa ya?

Adit : Lebih kaya publisher sih kalo menurutku, jadi dari Spotify ke believe musik, baru dari believe musik ke aggregator se Indonesia. Istilahnya delegasi spotify di Indonesia itu ya believe.

12. Peneliti : Apa langkah pertama setelah rilis karya digital ?

Pandu : Promosi pasti, dan promosi pun kita juga breakdown lagi dari kata itu. Karena promosi itu kan juga meliputi package juga, terus strategic nya kaya gimana. Ibaratnya kita punya lagu, dan lagu itu produk. Lets say lagu itu kopi nih, kopi itu mau kita kepas apa nih biar ketika dijual itu nggak jadi kopi biasa. Nah disitu kita bekerja sama bareng dengan artworker dan illustrator untuk ngasih package di lagu itu istilahnya. Jadi kita kasih

lagunya ke illustrator, mereka mencoba mentranslate dari lagu ini menjadi sebuah karya visual, karya itu nantinya kita pake sebagai media promo.

Bayu : Karena emang kadang kalo dari visual itu kan orang tertarik, katak sedikit banyak dia ada gambaran tentang album itu. Karena aka sendiri kalo aku beli album juga bergitu, kaya branding image.

Pandu : Lalu kita promosi lagi, dalam satu lagu itu kita punya masa promosi selama tiga bulan. Jadi selama tiga bulan itu kita dari masing-masing personil dan orang-orang terdekat itu kita berperan layaknya banner berjalan untuk lagu kita sendiri. Jadi tiap hari kita itu posting di akun media sosial kita masing-masing.

Adit : Kadang kita juga masih promosi ke radio gitu, tapi sudah nggak begitu efisien.

Bayu ; Lebih ke itu, juga ke sosial media lagi. Jadi akub media sosial yang punya daya cakup luas. Misalkan komunitas musik dari kota yang beda. Jadi biar lebih tepat sasaran juga kita nyari ke temen-temen yang sama spesifik ke genre yang sama dengan kita.

Pandu : Setelah itu kita baru cari media-media yang memang general untuk cross market juga. Karena kita juga nggak menuntut notabene kita juga nggak menutup pendengar dari kalangan yang lebih luas. Dan dari semua press release itu, semuanya pasti kita sangkutin direct link buat langsung bisa dengerin lagu kita.

13. Peneliti : Seberapa efektif penggunaan media digital untuk distribusi karya?

Pandu : Kalo sampe sekarang si masi sangat efektif, tapi untuk jangka Panjang kita juga belum tahu. Tapi kecendrungan dari media digital itu biasanya platform yang timbul tenggelam. Jadi semisal nih, platfrom yang rame sekarang itu spotify, mungkin kedepanya yang bakal trend dezzer.

Bayu : Efektif si efektif, jadi di jaman sekarang ini kita jadi kaya punya media sendiri buat nyampein karya kita. Kalo jaman dulu itu kan kalo kita pengen jangkauan distribusi yang luas kan kita harus ke major label. Sedangkan kita sekarang bisa ngatur semuanya dengan mandiri. Udah gampang dan nggak ribet selain itu jangkauanya juga luas luar biasa.

14. Peneliti : Bagaimana pendapat kalian terkait hak cipta yang ada pada media digital?

Pandu : Kalo untuk legalitas sendiri mungkin masih meragukan karena sampai saat ini belum ada kayak bukti keabsahan dari karya yang sudah kita upload. Tapi ketika kita mau upload itu kita juga ngisi form yang mengharuskan pencipta lagunya sesuai dengan nama yang ada di kartu identitas, jadi secara ga langsung kepemilikan dari karya itu tetap jadi punya kita walaupun tidak ada bukti fisiknya.

Adit : Sekarang juga sudah ada fingerprint audio sih, jadi sistemnya ketika ada orang yang upload konten pake lagu kita langsung otomatis terklaim bahwa itu karya kita. Misal ada orang yang pakai lagu kita sebagai background video tanpa seijin kita, otomatis nanti lagunya hilang dari video itu ketika tayang di Youtube biasanya.

15. Peneliti : Menurut kalian sendiri, apa hal yang harus dilakukan ketika melakukan distribusi musik di media digital?

Adit : Konsistensi itu harus, jadi kaya semisal kegiatan pyong-pyong sehari-hari ya kita jadiin konten karena menurut kita hal itu juga bisa dijual di era digital kaya gini ya konten itu sendiri. Dan kalo mau ngelakuin ya total sekalian, jadi ngga cuman sekali atau dua kali ya kalo bisa berkelanjutan setiap hari.

16. Peneliti : Untuk distribusi musik di media digital sendiri, apakah bisa menghasilkan pendapatan/royalti seperti pada media analog? Jika iya bagaimana sistem nya bekerja

Pandu : Dari media digital itu bisa untuk mendapatkan royalti/ dapat penghasilan. Untuk sistemnya adalah agregator pertama akan memotong 30% dari total penjualan, terus karena kita melalui pihak kedua memotong lagi 30%. Sistemnya seperti ini, jika satu lagu itu harganya 10 ribu maka 30% akan dipotong agregator pertama, sisanya yang 7 ribu itu akan dipotong lagi 30% oleh agregator kedua jadi sisanya 4000. Jadi band cuman mendapatkan 4000 rupiah per pemutaran lagu.

17. Peneliti : Dari proses pemanfaatan media digital selama ini apakah bisa dikatakan tujuan kalian untuk mencapai khalayak yg lebih luas sudah tercapai? Misal dari progres jumlah penonton yang bertambah? Atau progres yang dialami selama penggunaan

Pandu : Untuk pemanfaatan media digital, itu kita sebenarnya sudah menjangkau kalangan yang lebih luas. Karena bukan Cuma pendengar poppunk dari Semarang atau kota lain saja, kita sudah ke pendengar musik dengan genre lainnya. Karena di media digital pun kita juga ada yang



namanya tag atau SIO, jadi untuk ketika pendengar mencari nama band lain kita bisa ke suggest dibawahnya.

18. Peneliti : Seperti apa contoh konten yang kalian unggah di akun sosmed untuk kebutuhan promosi ? Kayak semisal tema tertentu

Pandu : Yang jelas itu brand guidance, seperti contoh pas kita ada campaign buat single “Aku dan Dunia” semua postingan kita warnanya oranye. Nah itu disesuaikan dengan tema lagunya biasanya, jadi akan ada sekitar 12 feed Instagram itu berwarna oranye sesuai dengan teman campaign “Aku dan Dunia. Itupun berlanjut ke Youtube ketika ada video klip atau video lirik maka temanya akan banyak menggunakan warna oranye. Di single “Budak Cinta” kita pakai warna hitam, dan lagu-lagu selanjutnya itu aka nada tematik lainnya.

19. Peneliti : Seberapa efektif upaya promosi yang ada pada media digital?

Pandu : Untuk tingkat efektifnya itu sebenarnya relatif ya, relatif dalam artian kita akan memperoleh hasil yang efektif ketika kita juga menggunakannya secara maksimal. Kalo kita cuma sekedar upload atau cuma sekedar ngikutin trend aja, kaya asal masukin ke media digital tapi kita ngga bergerak apapun y akita juga nggak akan mendapat nilai yang efektif. Jadi efektif itu jika kita juga melakukan sesuatu dengan maksimal di media digital tersebut.

### Lampiran 3

Foto bukti wawancara



## Lampiran 4

Bukti pengecekan plagiasi

**Similarity Report**

---

PAPER NAME  
**SKRIPSI - 18.M1.0022.docx**

---


WORD COUNT <b>10597 Words</b>	CHARACTER COUNT <b>67117 Characters</b>
PAGE COUNT <b>58 Pages</b>	FILE SIZE <b>2.1MB</b>
SUBMISSION DATE <b>Oct 13, 2022 12:01 PM GMT+7</b>	REPORT DATE <b>Oct 13, 2022 12:03 PM GMT+7</b>

---

● **13% Overall Similarity**  
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 12% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 7% Submitted Works database

---





## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir:	: Pemanfaatan Media Digital Sebagai Sarana Alternatif Distribusi Pyong-pyong
Diajukan oleh	: Yulio Jansen
NIM	: 18.M1.0022
Tanggal disetujui	: 18 Oktober 2022
Telah setuju oleh	
Pembimbing 1	: Vincentia Ananda Arum Permatasari S.I.Kom., M.I.Kom.
Pembimbing 2	: Andreas Ryan Sanjaya S.I.Kom., M.A.
Penguji 1	: Vincentia Ananda Arum Permatasari S.I.Kom., M.I.Kom.
Penguji 2	: Andreas Ryan Sanjaya S.I.Kom., M.A.
Penguji 3	: Fidelis Aggiornamento Sainio S.Fil., M.I.Kom
Ketua Program Studi	: Abraham Wahyu Nugroho S.I.Kom., M.A.
Dekan	: Dr. Marcella Elwina Simandjuntak S.H., CN., M.Hum.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.M1.0022](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.M1.0022)