

BAB IV

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pada bab ini, peneliti akan menyajikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Penerapan Pemasaran Musik dilakukan oleh Musisi Indie khusus dalam aktivitas bauran pemasaran di Koma KAI Terrace Kota Semarang. Peneliti memilih Evenless sebagai narasumber, karena Evenless menjadi band yang mempromosikan rilisan mini album dengan menggunakan Koma KAI Terrace Semarang sebagai tempat untuk konser rilisan mini album mereka. Selain itu terdapat beberapa aktivitas bauran pemasaran yang terjadi di Koma KAI Terrace Semarang.

Data-data untuk melengkapi penelitian ini peneliti dapatkan dari hasil wawancara dan observasi yang telah terlaksana pada tanggal 22 September 2022, proses wawancara dari beberapa musisi berlokasi pada BM Musik Studio, Jalan Singotora Raya No.2, Karanganyar, Gunung, Kec. Candisari, Kota Semarang.

Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara kepada DeMajors Koma KAI Terrace yang menjalin kerjasama dengan band Evenless dan konser konser musik lainnya.

Narasumber atau informan dari penelitian ini yaitu Mas Novelino, beliau selaku bassist dari band Evenless, lalu dengan Mas Bruri selaku pengelola DeMajors Koma KAI Terrace Semarang.

Sesuai dengan kerangka berpikir yang telah dijelaskan oleh peneliti pada bab sebelumnya, terdapat tiga pembahasan utama, antara lain:

1. Musisi Indie yang melangsungkan konser di Koma KAI Terrace Semarang.
2. Bauran Marketing Mix 4P.
3. Penerapan Bauran Promosi.

4.1 Gambaran Umum

Koma KAI Terrace Semarang menjadi salah satu tujuan utama musisi indie untuk melangsungkan acara atau kegiatan pemasaran salah satunya konser musik. Pada beberapa acara yang melibatkan musisi indie melangsungkan kegiatan pemasaran di tempat tersebut, salah satunya yaitu band Evenless. Berdasarkan wawancara dengan band Evenless yang melangsungkan kegiatan di Koma KAI Terrace, Peneliti memilih band Evenless sebagai narasumber, hal tersebut dilandasi karena band Evenless melakukan aktivitas bauran pemasaran dengan merilis mini album mereka, yang mereka promosikan di Koma KAI Terrace Semarang sebagai tempat dalam aktivitas bauran pemasaran.

4.1.1 Profil Band Evenless

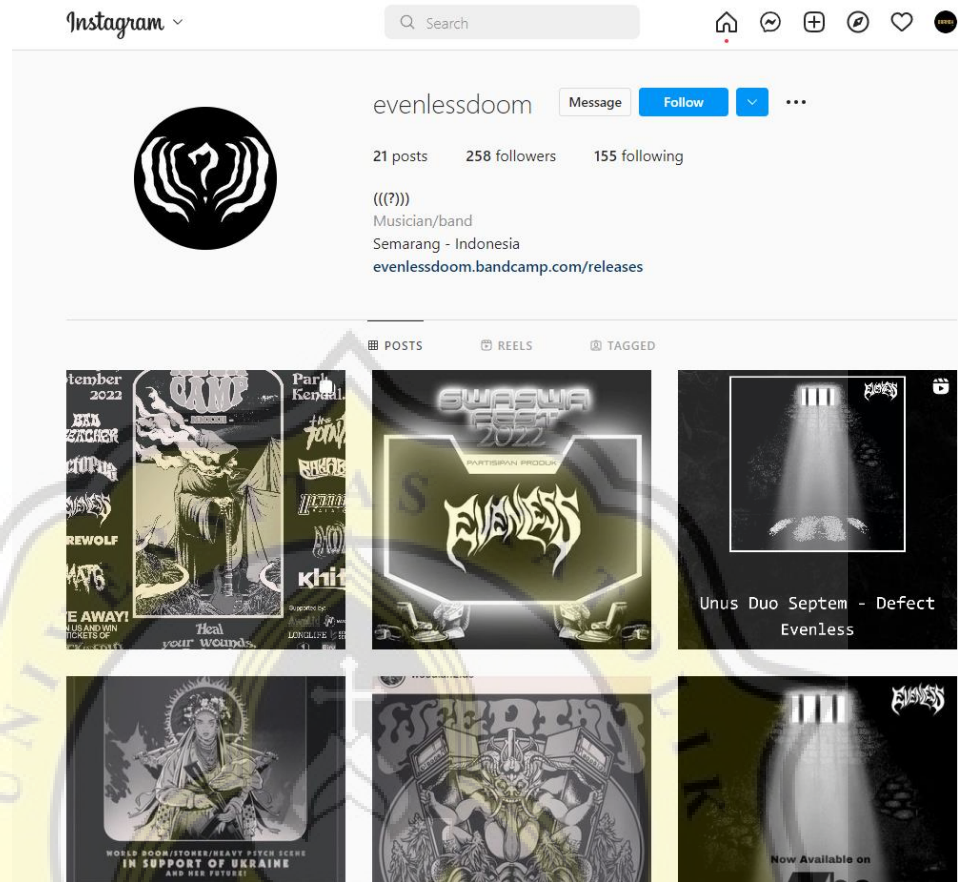


Gambar 4. 1 Profil band Evenless

(Sumber: Dokumen Pribadi Band Evenless)

Berdasarkan hasil wawancara antara peneliti dengan salah satu musisi dari band Evenless yakni Novelino atau akrab dengan panggilan Mas Ino, beliau menjelaskan profil mengenai Band Evenless. Evenless terbentuk pada tahun pertengahan tahun 2021, dimana pada saat itu di Indonesia masih dilanda pandemi covid-19. Formasi band ini terdapat tiga musisi dengan instrumen masing masing yakni Drum, Bass, dan Gitar sekaligus Vokal. Konsep awal dari terbentuknya band ini yaitu merupakan sebuah proyek musik sampingan dari masing masing musisi yang telah memiliki band masing-masing, Mas Ino mengatakan bahwa awalnya hanya iseng karena mereka terjalin pertemanan dari satu kumpulan atau tongkrongan. Band ini mengusung genre dasar *Doom Metal*, yaitu sebuah sub genre dari *Heavy Metal*, namun mereka mengusung genre tersebut hanya sebagai dasar, selebihnya mereka mengaplikasikan beberapa genre sehingga menjadi sebuah karya, maka dari itu Mas Ino menyebut Band Evenless ini sebagai band eksperemintal.

Evenless menggunakan instagram bernama @evenlessdoom sebagai media sosial mereka untuk memberikan informasi secara digital mengenai informasi aktivitas dari band Evenless seperti jadwal konser musik dan informasi band Evenless lainnya.



Gambar 4. 2 Profil Instagram Evenless

(Sumber: Instagram @evenlessdoom)

Saat ini, Band Evenless telah merilis mini album berjudul “*Unus Duo Septem*”, yang rilis pada tanggal 2 juli 2022. Dalam mini album tersebut terdapat beberapa proses pembuatan yang cukup menarik. Mas Ino mengatakan “Evenless ini punya cerita dibalik rilis nya mini album, yaitu proses dimana lagu lagu yang kami ciptakan berdasarkan pengalaman pribadi seseorang mengenai depresi berat, namun ketika orang sedang depresi, kebanyakan orang mempunyai niat untuk mengakhiri hidupnya sendiri bahkan sampai mengkonsumsi obat-obatan

hingga overdosis, namun evenless melampiaskan depresi tersebut menjadi sebuah lagu yang memiliki cerita”. Dari penjelasan dari Mas Ino, lagu yang diciptakan oleh evenless dikemas juga dengan genre yang biasa disebut genre yang gelap.

4.2 Penerapan Bauran Pemasaran Marketing Mix dan Promotion Mix

Dari hasil wawancara antara peneliti dan narasumber dari band Evenless dan Wol, terdapat beberapa pembahasan dan kaitan hasil wawancara berdasarkan bauran pemasaran *marketing 4P* dan *promotion mix*.

4.2.1 Penerapan Bauran Marketing Mix 4P Band Evenless

Dalam penjelasan pada bab II penelitian ini, marketing mix 4p Terdapat 4 komponen bauran pemasaran, diantaranya product (produk), place (tempat), price (harga), dan promotion (promosi), (Kotler & Keller, 2012).

4.2.1.1 Product

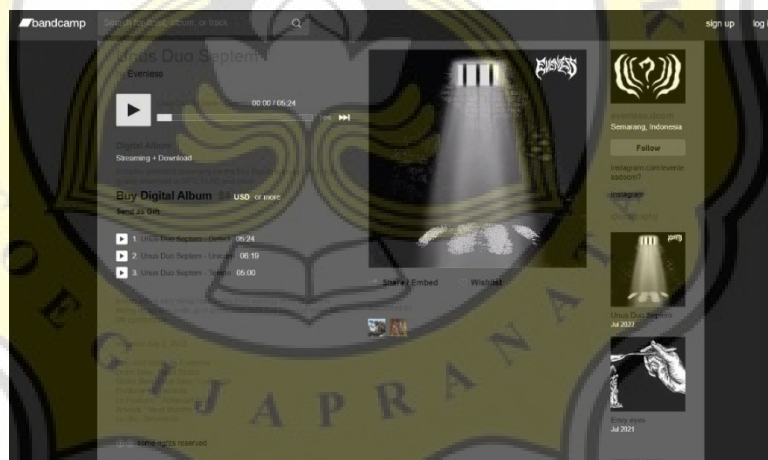
Menurut (Kotler & Keller, 2012), Product merupakan segala hal yang dipromosikan kepada suatu pasar guna mencukupi kebutuhan. Beberapa produk yang dapat dipromosikan pada pasar, dapat berupa jasa, barang fisik, perorangan, lokasi, gagasan dan lembaga

Terdapat beberapa produk yang ditawarkan oleh band Evenless saat ini, diantaranya terdapat Karya musik itu sendiri yang telah dirilis

pada platform digital Bandcamp.com, rilisan fisik mini album, dan juga *merchandise* berupa kaos band Evenless.

“Saat ini kami mempunyai produk diantaranya ada karya musik itu sendiri kemudian kami punya rilisan fisik mini album kami, dan kami juga punya produk *mmerchandise* berupa kaos band Evenless itu sendiri, saat ini sih paling banyak mendapat minat itu dari kaos band” (Ino, wawancara pada 21 September, 2022).

Evenless merilis mini album mereka berjudul “Unus Duo Septem” pada tanggal 2 juli 2022, yang berisi 3 lagu diantaranya yaitu *Defect*, *Unicor*, *Tempo*. Mereka merilis mini album yang telah terbit di platform digital bernama *Bandcamp.com*.



Gambar 4. 3 Mini Album Digital Evenless

(Sumber: *Bandcamp.com* profil band Evenless)



Gambar 4. 4 Kaos Band Evenless
(Sumber: Dokumen Pribadi Evenless)

4.2.1.2 Place

Menurut (Kotler & Keller, 2012), Tempat dapat diartikan guna penyaluran distribusi yang bertujuan guna memperoleh target pelanggan, saluran distribusi ini meliputi lokasi, gudang, transportasi, dan lain-lain. Lokasi mempunyai arti hubungan oleh perusahaan dimana harus memiliki tempat atau lokasi serta menjalankan operasi.

Untuk mengenalkan kepada audience lebih luas lagi, pada tanggal 2 Juli 2022, Evenless merilis mini album tersebut dengan mengadakan konser musik di Koma KAI Terrace Semarang. Adapun alasan tersendiri dari Evenless melakukan konser musik pengenalan mini album mereka, Mas Ino yang merupakan bassist dari band Evenless mengatakan:

”Alasan kami merilis album dengan melakukan konser musik di Koma KAI Terrace Semarang, yaitu karena di Koma itu sendiri terdapat gerai atau toko album fisik musik bernama Demajors Semarang, Demajors menjual album musik dari musisi lokal maupun luar negeri. Yang menjadi tujuan kami memilih tempat tersebut karena Demajors mempunyai lingkungan penikmat musik yang cukup banyak digemari, artinya pengunjung di demajors merupakan para penikmat musik yang tertarik dengan musik, maka dari itu kami memanfaatkan lingkungan yang mendukung, secara langsung kami menambah relasi penikmat musik lebih luas lagi, dengan begitu kami merilis dan melakukan konser

musik yang mempunyai lingkungan penikmat musik juga, itu alasan kami memilih Koma KAI Terrace Semarang” (Ino, wawancara pada 21 September, 2022).

Musisi indie yang melakukan kegiatan konser musik di Koma KAI Terrace, tidak jauh dari adanya jalinan kerjasama dengan DeMajors, selain menggunakan jasa tempat. Hal ini disampaikan oleh Mas Bruri selaku pengelola.

“Jadi musisi indie yang pengen main di Koma KAI Terrace, sejauh ini menjalin kerjasama dengan kami mas, karena memang customer kami pun tidak jauh sebagai penikmat musik juga”.



Gambar 4. 5 Saat Berlangsungnya Konser Musik Di Koma
(Sumber: Dokumen Pribadi Evenless)

4.2.1.3 Promotion

Menurut (Kotler & Keller, 2012), Promosi yaitu suatu aktivitas komunikasi serta menyalurkan informasi terkait barang terhadap pelanggan, serta guna membujuk target pelanggan agar tertarik terhadap sebuah barang.

Menurut band Evenless, konser musik merupakan hal yang penting bagi sebuah band, karena salah satu hal yang utama yaitu bertemu secara langsung pada penonton sekaligus pendengar untuk menunjukkan secara langsung band Evenless ketika konser musik. Selain itu, ketika melangsungkan konser musik, sebuah band juga sekaligus dapat melakukan promosi produk mereka. Band Evenless melakukan promosi produk mereka salah satunya pada saat konser musik, salah satunya pada saat melakukan konser rilisan mini album mereka di Koma KAI Terrace Semarang, mereka melakukan promosi kepada audience secara langsung dengan menawarkan produk mereka berupa mini album platform digital dan rilisan mini album fisik mereka, sekaligus menawarkan merchandise berupa kaos band Evenless.

”Menurut kami, konser musik merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah band, tentunya kami sebagai musisi juga ingin menampilkan karya musik dan penampilan panggung kami secara langsung didengar dan dilihat oleh audience. Mengenai konser musik perilisan mini album kami di Koma KAI Terrace Semarang, itu merupakan strategi kami, dengan kami melakukan konser sekaligus kami memperkenalkan rilisan mini album kami, jadi audience bisa tau kalau Evenless sudah punya mini album yang dapat didengar oleh audience. Saat melangsungkan konser, kami juga menawarkan produk Evenless lainnya, berupa rilisan mini album fisik dan juga merchandise kaos yang bisa dipesan lewat kami langsung” (Ino, wawancara pada 21 September, 2022).

Menurut mas Bruri, kegiatan promosi musisi yang melakukan konser musik di Koma KAI Terrace, secara tidak langsung juga menjadi

promosi Koma KAI Terrace dan juga DeMajors itu sendiri, karena konser musik musisi menggunakan tempat di Koma KAI Terrace, dan menjalin kerjasama dengan DeMajors.

“Untuk musisi yang menjalin kerjasama dengan DeMajors, secara tidak langsung Koma dan DeMajors juga menjadi sorotan juga mas, kan musisi yang main di Koma dan kerjasama dengan DeMajors, kegiatan promosi mereka berdampak pada kami, misalnya musisi mendatangkan banyak penonton, secara gak langsung penonton pasti tau kalau ada tempat namanya Koma Terrace, bisa tau ada tempat namanya DeMajors di Koma Terrace, jadi berkesinambungan, gitu mas”. (Bruri, Wawancara pada 26 oktober 2022).

4.2.1.4 Price

Menurut (Kotler & Keller, 2012), Price merupakan besar kecilnya yang dibutuhkan guna meraih hasil perpaduan sebuah barang serta pelayanannya. *Price* atau harga yaitu beberapa rupiah yang wajib diberikan pelanggan guna mempunyai suatu barang.

Sebagai musisi Indie, band Evenless tentunya dalam hal biaya memerlukan usaha lebih, karena membuat sebuah lagu perlu adanya rekaman selain itu untuk melakukan konser musik perilsan mini album juga memerlukan biaya untuk sewa tempat maka dari itu band Evenless juga memerlukan modal yang cukup besar untuk melakukan hal itu semua.

”Namanya juga musisi indie mas, pasti segi biaya kami juga modal pribadi, karena rekaman musik pun juga membayar mas, dari rekaman mentah sampai tahap mixing, belum lagi kami juga harus sewa tempat di

Koma KAI Terrace untuk acar rilis mini album kami sendiri, tentunya butuh modal yang banyak untuk merealisasikan itu semua, namun ketika semua itu sudah tercapai, akan mendapatkan kepuasan tersendiri, karena hasil dari karya kami sudah terwujud” (Ino, wawancara pada 21 September, 2022).

Band Evenless menjelaskan bahwa mereka mendapatkan penghasilan paling besar dari penjualan merchandise berupa kaos band Evenless. Dari hasil penjualan tersebut dan menjadi modal Evenless untuk berkarya selanjutnya. Mereka membuat strategi promosi berupa menjual bundling kaos band Evenless dengan disertakan mendapat gratis CD mini album, stiker, patch, pin button.

“Pendapatan utama kami malah dari penjualan kaos mas, menurut kami karena kaos band saat ini banyak diminati banyak orang, dengan begitu kami membuat kaos dengan sistem pre-order atau pesan terlebih dahulu, selain pada saat konser, kami juga promosi lewat instagram. (Ino, wawancara pada 21 September, 2022).

4.2.2 Penerapan Bauran Promotion Mix Band Evenless

Sesuai dengan dasar teori penelitian yang ada pada bab II penelitian ini, *Promotion Mix* Dalam (Kotler & Amstrong, 2016), merupakan serangkaian alat promosi seperti *advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, *public relation* dan *direct marketing* yang dipergunakan untuk membicarakan terhadap konsumen.

4.2.2.1 Advertising

Advertising menurut (Kotler & Amstrong, 2016) merupakan segala jenis presentasi nonpribadi dan promosi barang, ide dan layanan berbayar dari sponsor yang teridentifikasi melalui media cetak (majalah dan koran), penyiaran (televisi dan radio), jaringan (satelit, telpon kabel dan nirkabel), elektronik (kaset video, kaset audio, videodisk, halaman web dan CD-Rom), media tampilan (poster, papan reklame).

Evenless melakukan promosi produk yang mereka jual juga melalui sosial media, yaitu instagram. Mereka memanfaatkan media sosial Instagram untuk melakukan promosi dan memberikan informasi lainnya terkait konser dan juga produk *merchandise* berupa kaos band. Dalam Instagram Evenless bernama @evenlessdoom, mereka mempromosikan jadwal konser mereka dengan mengunggah poster digital mereka melalui media sosial Instagram.

“Kami menggunakan Instagram sebenarnya untuk mempermudah jangkauan publik saja mas, karena instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakan oleh banyak orang, jadi kami memanfaatkan media sosial Instagram untuk memberikan informasi berupa poster gambar digital seperti jadwal konser, promosi kaos, promosi mini album juga melalui Instagram untuk informasi lebih lanjutnya” (Ino, wawancara pada 21 September, 2022).



Gambar 4. 6 Poster Jadwal Konser Evenless
(Sumber: Instagram @evenlessdoom)

4.2.2.2 Sales Promotion

Menurut (Kotler & Amstrong, 2016), *Sales promotion*, merupakan berbagai insentif jangka pendek yang bertujuan mendorong pembelian suatu produk dan layanan yang mencakup juga promosi konsumen (contohnya sampel dan kupon), promosi dari perdagangan

(seperti tampilan dan juga iklan), tenaga dari bisnis penjualan promosi (Persaingan untuk lolos mendapatkan tenaga penjualan).

Terdapat strategi khusus dari Evenles untuk menjual sebuah produk mereka, salah satu cara mereka untuk meyakinkan pembeli agar tertarik membeli produk mereka yaitu dengan memberikan penawaran paket *bundling* kaos dengan mendapatkan beberapa gratis merchandise lainnya. Hal ini berkaitan dengan teori *Promotion Mix* dengan metode *sales promotion*.

“Kami kalau jual produk kami biasanya kami berikan paket bundling mas, jadi ketika orang membeli kaos kami mendapat gratis CD mini album, stiker, pin button, dengan gitu orang jadi tambah tertarik membeli karena dapat gratisan mas” (Ino, wawancara pada 21 September, 2022).



Price Rp 200.000
for bundle:

- T-Shirt
- CD
- Patch
- Sticker
- Pin Button
- Secret Poster

Only 30 pcs. Your
payment help us to
donate the launching EP



Gambar 4. 7 Promosi Kaos Band Evenless

(Sumber: instagram @evenlessdoom)

4.2.2.3 *Public Relations*

Menurut (Kotler & Amstrong, 2016), *Public relation* merupakan serangkaian program yang mengarah secara internal terhadap karyawan dari perusahaan secara eksternal kepada konsumen, perusahaan lainya, pemerintah, dan media guna memperluas iklan atau mempromosikan perusahaan terhadap komunikasi produk individualnya.

Relasi dalam memasarkan sebuah produk, merupakan salah satu hal yang penting, terlebih musisi indie. Band Evenless juga mengandalkan relasi sebagai jembatan untuk upaya mengenalkan produk mereka lebih luas lagi. Evenless menjalin relasi dengan salah satu tenant yang ada di Koma KAI Terrace Semarang, yaitu deMajors yang merupakan gerai dengan produk yang dijual berupa album musik, dengan begitu pasar yang didapatkan juga sesuai target Evenless dalam mempromosikan mini album mereka, karena pasar yang didapatkan juga sebagai penikmat musik. Maka dari itu Evenless melaksanakan konser musik di Koma KAI Terrace Semarang, dengan tujuan mempromosikan karya musik dan juga produk merchandise mereka.

“Dalam lingkup band itu kan lebih dekat dengan rilisan kan mas, nah di Koma itu juga ada tempat namanya deMajors yang menjual rilisan album fisik dari banyak musisi, ibaratnya kita rilis mini album disitu pun udah ada nyawanya mas, pasarnya pun penikmat musik juga, dengan gitu

kami juga bisa mendapat teman dari berbagai penikmat genre musik” (Ino, wawancara pada 21 September, 2022).

Koma Terrace khususnya DeMajors, selain menjadi tempat untuk berlangsungnya konser musik, DeMajors juga menjadi tempat terjadinya jalinan relasi antar musisi dengan musisi lainnya. Demajors menjadi tempat atau toko yang menjual rilisan album musik, jadi siapapun musisi, dalam genre apapun dapat berkumpul dan menjalin relasi.

“Kalau DeMajors juga jadi tempat berkumpulnya para musisi atau penikmat musik untuk ngobrol atau sharing tentang musik mas, jadi kami gak hanya berjualan album fisik, tapi kami membebaskan siapapun untuk datang dan ngobrol, selain itu juga pernah mas demajors koma KAI menjadi tempat sharing session untuk musisi dengan genre metal, jadi banyak musisi lokal dengan genre metal dateng kesini buat ngobrol, tukar pikiran” (Bruri, Wawancara pada 26 oktober 2022).

4.2.2.4 *Direct Marketing*

Menurut (Kotler & Amstrong, 2016), *Direct marketing* adalah koneksi secara langsung kepada pelanggan yang telah dipilih dan dilakukan dengan cara personal untuk memperoleh respon dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Pada saat rilis mini album mereka, Mas Ino menjelaskan pada saat melakukan konser musik dengan tujuan promosi rilisnya mini album mereka, terdapat beberapa strategi salah satunya konser. Pada saat konser musik, terdapat banyak penonton yang hadir turut menyaksikan penampilan mereka dan ada juga sebagai pembeli atau *customers* dari gerai toko deMajors. Evenless secara langsung menggunakan moment

tersebut untuk berkomunikasi dengan banyak penonton dengan selingan juga menawarkan produk yang mereka jual.

“Konser musik di Koma memang nggak besar mas tempatnya, tapi dengan begitu kami menjadi lebih mudah untuk berkomunikasi lebih intim, bisa dibilang intim karena lingkungan di Koma juga mendukung karena adanya deMajors, jadi kami bisa sembari mempromosikan produk da karya kami ke penonton dan pengunjung lainnya, jadi kami sekalian aja jelasin ke mereka kalau ada band namanya Evenless, baru rilis mini album, dan ada produk merchandise juga”. (Ino, wawancara pada 21 September, 2022).

4.2.2.5 *Personal Selling*

Menurut (Kotler & Amstrong, 2016), *Personal selling* merupakan interaksi tatap muka antara satu atau lebih calon pembeli yang bertujuan menciptakan presentasi, memberikan jawaban dari sebuah pertanyaan, dan memperoleh pesanan. Interaksi yang dilangsungkan orang secara individu menjadi lebih efisien dibanding alat promosi lainnya.

Ketika berlangsungnya konser musik yang dilakukan oleh band Evenless, aktivitas pemasaran yang dilakukan tidak hanya berhenti setelah selesai acara, namun para musisi band Evenless turut mendekati beberapa penonton dan pengunjung untuk melakukan aktivitas pemasaran secara personal atau individu. Mengenalkan produk mereka secara langsung ke beberapa penonton dan disitulah berlangsungnya aktivitas bauran pemasaran metode *Personal Selling*.

“Kami setelah selesai acara itu sebisa mungkin mendekati para penonton yang ada disitu mas, kami coba betukar pikiran, ngobrol, sembari kami juga nawarin produk kami secara langung. Dengan gitu kan kami juga mendapat relasi baru, tujuanya juga secara gak langsung mereka mungkin akan ngasih tau ke temen temen mereka, atau promosikan band kami lewat instagram atau secara langsung, jadi istilah gethuk tular atau omongan dari mulut ke mulut itu juga secara gak langsung akan terjadi mas, dan itu juga jadi keuntungan buat kami untuk promosi karya dan produk kami” (Ino, wawancara pada 21 September, 2022).

Selain setelah berlangsungnya konser Evenless juga melakukan aktivitas pemasaran *Personal Selling* beberapa hari sebelum dimulainya acara perilisan mini album Evenless. Aktivitas tersebut yaitu dengan meminta bantuan secara personal kepada beberapa orang untuk membantu mempromosikan jadwal acara konser yang akan terselenggara, yaitu dengan mengunggah poster yang telah dibuat Evenless melalui media sosial.

“Kami bikin poster terus diunggah ke Instagram untuk jadwal konser kami, terus kami minta tolong ke temen – temen kami untuk bantu unggah ke sosial media mereka, tujuanya biar banyak yang tau mas kalau Evenless akan ada acara. Nah dari situ kan orang orang bakal tau dan mungkin akan tertarik untuk datang, lalu teman-teman mereka yang lain

juga ikut membantu promosi juga” (Ino, wawancara pada 21 September, 2022).

Adanya sharing sessions yang terjadi di Demajors Koma KAI Terrace, selain menjadi kegiatan jalinan relasi, namun juga menjadi tempat musisi untuk mengenalkan band mereka.

“sharing session yang ada di Koma, selain mereka ngobrol soal musik, kami juga menjadi tau kalau ada juga ya band namanya ini dengan genre ini, ada band dengan gaya musik seperti ini, jadi bisa saling tau dengan mereka mengenalkan band mereka masing masing” (Bruri, Wawancara pada 26 oktober 2022).

