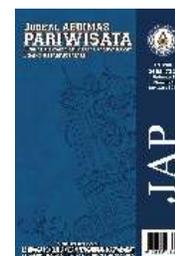


Pelatihan Pemasaran Karya Musik Daerah di Era Digital

Pada di Komunitas Siapa Kita Labuan Bajo

Yohanes Paulus Hanny Wadhi¹, Reynaldo Angga Siagian², Ondi Asroni³¹⁻³ Politeknik eLBajo Commodus, Labuan Bajo, Indonesia, email: paulhanny@gmail.com

Informasi artikel	ABSTRAK
Sejarah artikel Diterima : 15 Oktober 2022 Revisi : 15 November 2022 Dipublikasikan : 15 Januari 2023 Kata kunci: Musik Daerah Pariwisata Pemasaran Digital	<p>Program Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini merupakan program pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia khususnya pemasaran musik di wilayah Labuan Bajo sebagai salah satu daerah tujuan wisata (DTW) Kabupaten Manggarai Barat, Flores, Nusa Tenggara Timur. Kegiatan ini melibatkan beberapa tenaga pengajar dari berbagai lintas prodi yaitu Manajemen Pemasaran Internasional dan Teknologi Informasi. Metode yang dilakukan adalah melakukan praktek cara mempublish karya lagu daerah di website <i>music publisher</i>, membuat <i>artwork</i> yang baik serta membuat konten video yang baik. Hasilnya adalah peserta lebih paham tentang bagaimana bekerjasama dengan <i>music publisher</i>, cara membuat <i>artwork</i> yang baik serta membuat konten video music yang baik untuk memenuhi standart dari musik publisher dan dapat diterima <i>audience</i>.</p> <hr/> <p>ABSTRACT <i>Regional Music Marketing Training in the Digital Age On Who We Are Labuan Bajo Community</i> <i>This Community Service Activity Program is a community empowerment program through increasing human resources capacity, especially music marketing in the Labuan Bajo area as a tourist destination (DTW) in West Manggarai Regency, Flores, East Nusa Tenggara. This activity involves teaching staff from various cross-study programs, International Marketing Management and Information Technology. The method used is to practice publishing folk song works on music publisher websites, making good artwork and creating good video content. The result is that participants have a better understanding of how to work with music publishers, how to make good artwork and create good music video content to meet the standards of music publishers and be acceptable to the audience.</i></p>
Keywords: <i>Traditional Music</i> <i>Tourism</i> <i>Digital Marketing</i>	

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini sudah tidak bisa dibendung lagi. Salah satu cara agar kita tidak terlindas oleh perkembangan teknologi yang begitu pesat adalah beradaptasi dengan perkembangan teknologi tersebut. Perkembangan teknologi ini mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah musik.

Menurut Hardjana (2003:111) (kurant update, gunakan referens 10 tahun terakhir) musik adalah permainan waktu dengan mengadopsi bunyi sebagai materinya. Musik sudah sangat populer dan dekat dengan masyarakat. Musik merupakan media untuk membangun perasaan atau emosional, musik juga dapat membangun kepribadian seseorang dan juga menjadi media untuk mengekspresikan diri seseorang. Kemunculan musik digital menandai pergeseran dominasi musik rekaman konvensional yang mengandalkan sarana fisik. Musik digital yang biasa disebut juga dengan *audio digital*, adalah



harmonisasi bunyi yang diciptakan oleh seorang musisi dengan cara merekam menggunakan alat-alat musik analog ataupun alat-alat musik digital menggunakan bantuan komputer dan software tertentu. Sebuah kemasan baru musik rekaman yang tidak hanya menjadi sarana distribusi dan akses belaka, namun bisa diolah dan diciptakan kembali secara individual maupun kolektif.

Perkembangan teknologi yang pesat membuka peluang yang besar bagi semua musisi baik itu musisi daerah, musisi lokal maupun musisi professional untuk memperkenalkan dan memasarkan karyanya. Dengan (dengan seharusnya tidak bisa mengawali kalimat) peluang yang besar dan kemudahan ini membuat suatu fenomena baru yaitu mudahnya musisi atau karyanya menjadi terkenal dibandingkan dengan masa sebelum era digital dimana musisi berlomba-lomba untuk mendapatkan kontrak dengan major label agar bisa memasarkan karyanya dengan skala nasional. Kini, dengan adanya koneksi internet musisi dengan mudah dapat menyebarluaskan dan memasarkan karyanya.

Pengguna internet di Indonesia cukup besar dan terus meningkat serta dibarengi dengan ketersediaan pilihan untuk mendengarkan musik secara daring yang juga semakin berkembang, hal ini memberikan rangsangan bagi musisi untuk menjual karyanya melalui *platform digital*. Dengan hadirnya digital marketing karya musik dengan format digital telah sangat mudah untuk didistribusikan secara online dari sinilah istilah netlabel mulai muncul (Pramudyanto, 2017, p.73). Netlabel sebagai jalur distribusi media baru, menjadi sarana pengungkapan kemerdekaan seni dan teknologi, sebagai alternatif baru netlabel dapat mengakali keterbatasan sumber daya sehingga tidak menghambat kreativitas dan produktivitas (Kusumawardhani, 2014, p.123).

Flores The Singing Island yang merupakan *new brand* untuk Pulau Flores menunjukkan bahwa masyarakat Pulau Flores sangat gemar menyanyi. Sejak dahulu masyarakat Pulau Flores sangat dekat dengan nyanyian, baik itu disaat mereka sedang berkebun atau melakukan aktifitas adat dan budaya selalu ada nyanyian. Banyak karya-karya musik dari musisi asal Pulau Flores yang mendunia, salah satu contohnya adalah Ivan Nestroman. Musisi asal Manggarai ini sudah melalang buana keliling dunia dengan musiknya yang disebut Neo Tradisi dengan menggunakan Bahasa Manggarai. Ivan Nestroman juga menggagas *Flores The Singing Island Festival* yang menampilkan ratusan penyanyi dan pemusik Pulau Flores makin mempertegas *new brand* dari Pulau Flores.

Musisi lokal Pulau Flores khususnya Labuan Bajo semakin bertumbuh pesat pemanfaatan platform digital untuk memasarkan karya musik musisi lokal. Inilah yang dijadikan alasan untuk melakukan pelatihan di Komunitas Siapa Kita dimana komunitas ini adalah kelompok music pemuda lokal yang cukup aktif dalam membawakan music-musik baik lokal maupun internasional di kota Labuan Bajo.

Karena beberapa permasalahan untuk dapat mengangkat music lokal terutama di era digital saat ini seperti pengetahuan yang terbatas tentang pemasaran musik di platform digital, kurangnya dukungan pemerintah daerah untuk pengembangan pengetahuan para musisi lokal Labuan Bajo terutama dari sisi pemasaran dan digital, ditambah lagi persaingan di dunia music digital saat ini yang cukup ketat terutama di ranah digital.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh Tim Dosen dan Mahasiswa/i Politeknik eLBajo Commodus sebagai wujud nyata kontribusi dari civitas akademika dalam meningkatkan sumber daya manusia masyarakat yang adalah musisi di kota pariwisata yang sedang berkembang. Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman musisi akan pentingnya promosi untuk mengenalkan karya music daerah lebih luas di tingkat nasional maupun internasional. Tujuan dari pelatihan ini juga untuk meningkatkan skill, potensi personal dan memotivasi para musisi lokal Labuan Bajo agar bisa terus berkarya dan dengan mudah memasarkan karya musiknya melalui platform digital, sehingga bisa mendukung Labuan Bajo sebagai daerah tujuan wisata.

Bahan dan Metode

Untuk menjawab tantangan yang dihadapi oleh musisi di Labuan Bajo maka tim memberikan solusi berupa pelatihan terhadap para musisi di Komunitas Siapa Kita Labuan Bajo. Materi- materi pelatihan yang dapat ditawarkan adalah sebagai berikut: 1. Pengembangan Konten Musik, 2. Standar Kualitas Audio Musik, 3. Kerjasama dengan *Music Publisher*, 4. Pemasaran Musik di *platform digital*. Materi-materi dari pelatihan tersebut diharapkan dapat menyelesaikan persoalan yang selama ini dihadapi oleh para musisi di Labuan Bajo salah satunya berkaitan terkait Netlabel yaitu label rekaman

yang mendistribusikan rilisnya dalam format digital audio secara bebas unduh melalui Internet. Netlabel dapat dikategorikan sebagai counter hegemony yang berhubungan dengan dominasi logika industri musik. Sebagai counter hegemony, Netlabel didukung oleh pengaruh fenomena pertumbuhan internet dan media baru (Beny Pramudyanto, 2017).

Target luaran dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan *skill*, potensi personal dan memotivasi para musisi lokal Labuan Bajo agar bisa terus berkarya dan dengan mudah memasarkan karya musiknya melalui *platform digital*, dan bisa mendapat *income* dari penjualan karya musiknya di *platform digital* dan juga bisa mendukung Labuan Bajo sebagai daerah tujuan wisata. Kegiatan PKM yang berisikan 4 materi dimana para peserta cukup antusias dengan materi yang diberikan, setelah materi diberikan dilanjut dengan sesi tanya jawab sehingga dapat memastikan penyerapan materi oleh para peserta latih dari Komunitas Siapa Kita Labuan Bajo.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 28 Januari 2022 bertempat di Ballroom Politeknik eLBajo Commodus dan peserta yang hadir dari Komunitas Siapa Kita Labuan Bajo sebanyak 20 orang dan beberapa dosen dari Politeknik eLBajo Commodus.

Pelatihan dengan tema pemasaran musik daerah di era digital ini berjalan dengan baik dan lancar. Hasil kegiatan sangat membantu para musisi khususnya di komunitas Siapa Kita Labuan Bajo dalam memasarkan karya musik mereka. Pendampingan yang dilakukan adalah pelatihan cara untuk bisa bekerja sama dengan *Music Publisher*, mengupload karya musik, membuat *Artwork* yang menarik dan membuat konten video untuk menunjang pemasaran musik daerah tersebut.

Hasil kegiatan ini dapat dideskripsikan sebagai berikut; adanya peningkatan pengetahuan tentang cara bekerjasama dengan *Music Publisher*, membuat *Artwork* dan *Video Clip* yang menarik. Para musisi menyadari betapa pentingnya pemasaran musik daerah hasil karya mereka agar bisa lebih dikenal di tingkat nasional maupun tingkat internasional.

Materi-materi pelatihan di atas menjadi bagian pokok pendampingan bagi para musisi khususnya di Komunitas Siapa Kita Labuan Bajo. Setiap kegiatan para peserta diberikan modul latihan yang menjadi pedoman kegiatan berjalan. Materi tentang cara melakukan kerjasama dengan *Music Publisher* yaitu: (1) Cara merilis musik, (2) Cara melindungi karya music, (3) Standart produksi karya music, (4) Wawasan *digital industry* dan promosi, (5) Bagaimana mendapatkan royalty yang transparant.

Disaat pendengar mendengarkan musik melalui streaming *online*, para pendengar akan melihat tampilan gambar atau yang disebut dengan *Artwork*. *Artwork* mencerminkan lagu yang didengarkan. *Artwork* memainkan peran penting saat menjual dan mempromosikan musik secara *online*. *Artwork* masih membawa pesan yang kuat untuk mewakili musisi. Maka dari itu, membuat sampul album yang baik harus dipertimbangkan dengan baik setiap merilis musik. Materi tentang *Artwork* yaitu membuat *Artwork* yang menarik dan dapat menginterpretasikan karya musik tersebut sehingga dapat menarik peminat serta dapat memenuhi standart dari *Music Publisher*. Bagaimana cara pemilihan warna, focus pada obyek yang ingin di tonjolkan serta ornament pendukung yang mebuat *Artwork* tersebut menjadi menarik dan juga menggunakan beberapa software untuk mengedit *Artwork* menjadi lebih menarik.

Materi tentang pembuatan konten video adalah bagaimana pengambilan video yang baik dan yang paling penting adalah konten video tersebut dapat diterima oleh khalayak umum. Selain itu para musisi juga telah dapat melakukan promosi sederhana terkait dengan karya musik mereka dengan menggunakan sosial media dan video marketing dengan konten yang menarik. Para musisi menyadari bahwa peningkatan kapasitas dari sudut pandang SDM memang menjadi hal penting yang harus diwujudkan. Mereka sangat merasa senang akan kehadiran pihak-pihak yang turut serta membantu dalam mewujudkan hal tersebut dalam hal ini adalah kampus Politeknik eLBajo Commodus melalui Program Studi DIV Manajemen Pemasaran Internasional. Kemajuan yang ditunjukkan mulai dialami para peserta secara perlahan. Para musisi di Komunitas Siapa Kita Labuan Bajo berharap akan adanya kelanjutan dari PKM ini ke tahap bagaimana memproduksi musik yang baik sehingga dapat memenuhi syarat dan ketentuan dari *Music Publisher* dan juga bagaimana memproduksi *Artwork* dan *Video Clip* untuk penunjang pemasaran dari musik daerah tersebut.



Sumber: Dokumen Pribadi

Gambar 2. Penjelasan tentang *Artworks*

Gambar 1. Penjelasan tentang Kerjasama dengan *Music Publisier*



Gambar 3. Penjelasan tentang *Video Clip*





Simpulan

Secara keseluruhan pelaksanaan kegiatan seminar dan pendampingan cukup memberikan hasil dimana para peserta hingga saat pendampingan terakhir sudah dapat memperoleh skill dasar khususnya yang berkaitan dengan kemampuan memahami bagaimana bekerjasama dengan *Music Publisher*, pembuatan *Artwork* dan pembuatan konten *Video Clip* untuk menunjang pemasaran musik di *platform digital*. Tim dosen memberikan motivasi kepada peserta untuk terus menerus mempraktikkan kemampuan yang diterapkan guna mendukung pemasaran karya musik daerah. Pandemi ini belum berlalu sehingga banyak tempat para musisi untuk melakukan pertunjukan sangat terbatas. Hal ini membuat para musisi daerah berpikir keras agar bisa menghasilkan dari musik sehingga pilihan yang tepat adalah dengan memasarkan musik mereka melalui *platform digital* dengan bekerjasama dengan *Music Publisher*.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada UPPM Politeknik eLBajo Commodus yang berperan dalam kegiatan dan penulisan artikel, baik dalam bentuk support dana, perizinan, konsultan maupun tim yang berperan dalam membantu pengambilan data.

Referensi

- Hardjana, Suka. (2003). *Corat-corek Musik Kontemporer Dulu dan Kini*. Cetakan ke-1. Jakarta: The Ford Foundation dan Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia.
- Kusumawardhani, A. (2014). Membangun Musik Indonesia Melalui Budaya Berbagi. *Ilmu Komunikasi*, 11(84), 121-134.
- Nugraha, Y. E. (2020). Analisis Potensi dan Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Tulakadi Kawasan Perbatasan Indonesia. *Media Wisata*, 18(2), 195-209.
- Nugraha, Y. E. (2021). Sosialisasi Sadar Wisata Sebagai Upaya Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Desa Fatukoto. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 2(1), 14-22.
- Pramudyanto, A. B. (2017). Media Baru dan Peluang Counter-Hegemony atas Dominasi Logika Industri Musik (Studi Kasus Perkembangan Netlabel di Indonesia). *Ilmu Komunikasi*, 10(1), 63-82. <https://doi.org/10.24002/jik.v10i1.154>

- Tasliman, M., & Suryawibawa, D. T. (2019). Analisis Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Produk Perumahan Syariah di PT. Jannata Land. *Prosiding*, 940–945.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Andi Publisher.
- Utomo, U. (2017). *Musik Pendidikan*. Semarang: Jurusan Pendidikan Seni Drama, Tari dan Musik Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang.
- Wadiyo. (2006). Seni Sebagai Sarana Interaksi Sosial. *Harmonia*, 02(4), 1–14.