

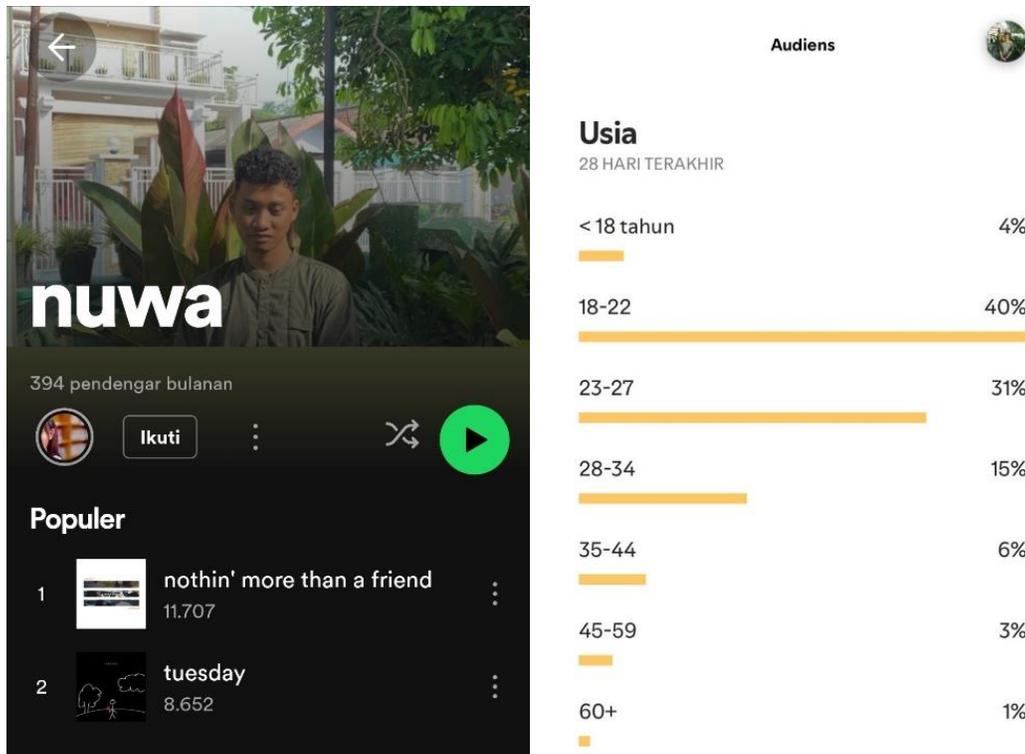
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri musik adalah sektor yang mencakup segala proses terkait penciptaan, produksi, distribusi, dan konsumsi musik. Industri ini terdiri dari berbagai pelaku, termasuk musisi, produser, label rekaman, manajer, agen, dan platform distribusi. Pemasaran musik pun terus berkembang dari masa ke masa, diawali dengan penjualan fisik seperti piringan hitam, kaset, cd (yang seringkali disebut dengan era analog) dan sekarang sampai dimana penjualan musik tidak terbatas dengan pemasaran bentuk fisik saja tetapi juga pemasaran dalam bentuk digital. (Dewatara, 2019) Pada awalnya, musik didistribusikan melalui media fisik seperti kaset, vinyl, dan CD. Namun, perkembangan internet dan digitalisasi telah menggeser model distribusi ini ke platform streaming digital seperti Spotify, Apple Music, dan YouTube. Layanan streaming musik menjadi metode paling populer bagi konsumen untuk mendengarkan musik. Layanan streaming menawarkan konsumen akses tak terbatas ke katalog musik besar. (Noviani, 2020) Teknologi digital juga telah memudahkan musisi independen untuk memproduksi dan mendistribusikan karya mereka secara mandiri tanpa perlu melalui label besar, sehingga membuat industri musik lebih inklusif.

Di samping itu, media sosial dan platform video seperti TikTok, Instagram, dan YouTube telah menjadi alat promosi yang penting, memungkinkan musisi menjangkau audiens global dengan biaya lebih rendah dan waktu yang lebih cepat. Meski demikian, tantangan dalam industri ini tetap ada, seperti pendapatan yang rendah dari royalti streaming, persaingan yang ketat, dan isu-isu hak cipta di era digital. Industri musik saat ini tengah mengalami transformasi besar-besaran, dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, perubahan pola konsumsi, dan globalisasi. Digitalisasi telah menggantikan format fisik dengan layanan streaming seperti Spotify dan Apple Music, yang memungkinkan distribusi global musik dengan mudah. Di sisi lain, perkembangan teknologi produksi dan distribusi musik membuat proses kreatif menjadi lebih terjangkau dan demokratis, memungkinkan banyak musisi untuk merilis karya tanpa dukungan label besar. Media sosial dan platform digital seperti YouTube dan TikTok juga memainkan peran penting dalam mempromosikan musik, di mana algoritma dan tren viral mempermudah musisi menjangkau audiens yang lebih luas.



Gambar 1. 1 Data Usia Pendengar Nuwa

(Sumber: Dokumen pribadi dari spotify Nuwa)

Seperti halnya yang terjadi pada musisi independen yang bernama Nuwa, yang juga mendapatkan dampak positif dari berkembangnya digitalisasi pada musik. Nuwa merupakan seorang musisi yang mengawali karirnya dengan merilis *single* pertamanya yang berjudul “Tuesday”. Berawal dari ketidak sengajaannya itu, *single* pertama dari Nuwa dapat meraih sebanyak 8 ribu lebih pendengar pada aplikasi musik “Spotify”. Kemudian Nuwa kembali merilis *single* keduanya yang berjudul “Nothin’ More Than A Friend” dimana *single* kedua tersebut meraih lebih banyak pendengar dari *single* pertamanya yaitu sebanyak 11 ribu lebih pendengar pada aplikasi yang sama. Dari kedua *single* tersebut, Nuwa berhasil mempunyai pendengar setia yang kebanyakan berusia 18 hingga 22 tahun berdasarkan data yang dilihat dari statistik pendengar spotify pada akun Nuwa.

Dari keberhasilannya pada kedua lagu pertama tersebut, Nuwa memberanikan diri untuk membuat karya yang lebih besar yaitu sebuah album. Saat ini Nuwa sedang berproses untuk merilis album perdananya tersebut yang diberi nama “Illogically”. Dengan peluncuran album ini, Nuwa berharap dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan menciptakan dampak besar di industri

musik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Nuwa, ia menjelaskan bahwa nama albumnya, "Illogically," dipilih untuk merepresentasikan pengalaman pribadi dan emosinya yang sering kali tidak masuk akal namun tetap memiliki makna mendalam. Album ini mencerminkan perjalanan hidupnya, mulai dari kisah cinta hingga proses kreatif yang spontan dan tidak terduga, yang semuanya melampaui batasan logika namun justru menjadi sumber inspirasi bagi karya-karyanya. Terinspirasi dari pengalaman pribadi, album ini mengeksplorasi hubungan cinta yang penuh kontradiksi, mulai dari perasaan yang tidak terbalas hingga dinamika hubungan yang sulit dipahami oleh logika. Melalui "Illogically", Nuwa menyampaikan bahwa hal-hal yang tampak "tidak masuk akal" justru menjadi sumber kekuatan dalam menciptakan karya yang otentik dan penuh makna bagi dirinya, serta memberi pengalaman baru bagi pendengarnya.

Audiens

12 bulan terakhir

Pendengar

Stream

Stream per Pend...

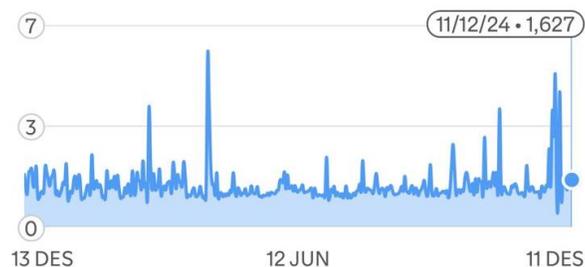
Disimpan

Ditambahkan ke...

Pengikut

2,413

▼ Berubah 3% sejak tahun lalu



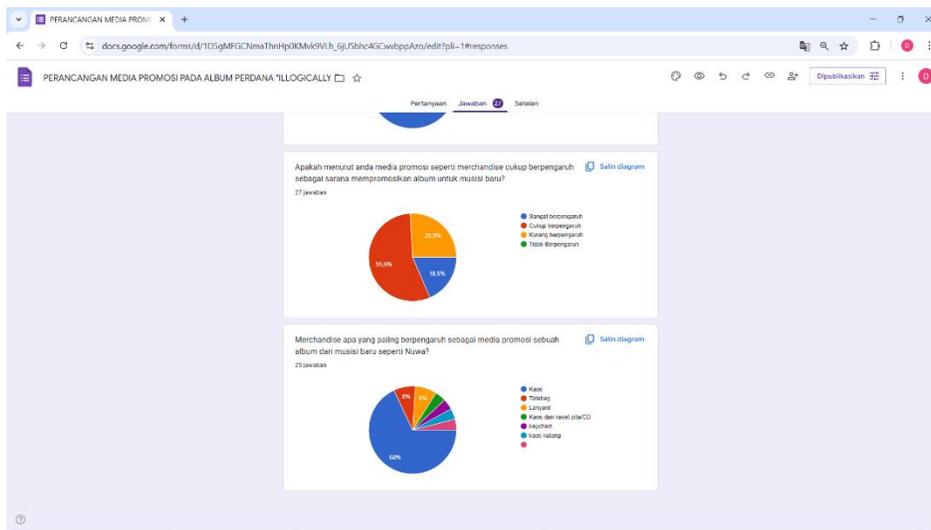
Gambar 1. 2 Data Statistik Pendengar Nuwa

(Sumber: Dokumen pribadi dari spotify Nuwa)

Namun ditengah – tengah proses menuju album terdapat kendala pada statisitik streamer platform digital pada 13 Desember 2023 hingga 11 Desember 2024. Dari hal tersebut maka dibutuhkan sebuah media promosi sebagai sarana memperluas audiens dan penyebaran informasi terkait produk tersebut kepada masyarakat luas (Harahap, 2022). Dalam era digital saat ini sangat penting untuk memperhatikan strategi promosi pada kemajuan era yang terus berkembang. Oleh karena itu, peran media promosi dalam industri musik sangat penting untuk diperlukan. Seiring dengan perubahan cara distribusi musik, media promosi telah mengalami transformasi besar-besaran. Dulu, promosi musik bergantung pada media tradisional seperti televisi, radio, majalah musik, dan konser fisik. Namun, dengan munculnya internet dan platform digital, media promosi kini berfokus pada media sosial, platform streaming, dan konten video.

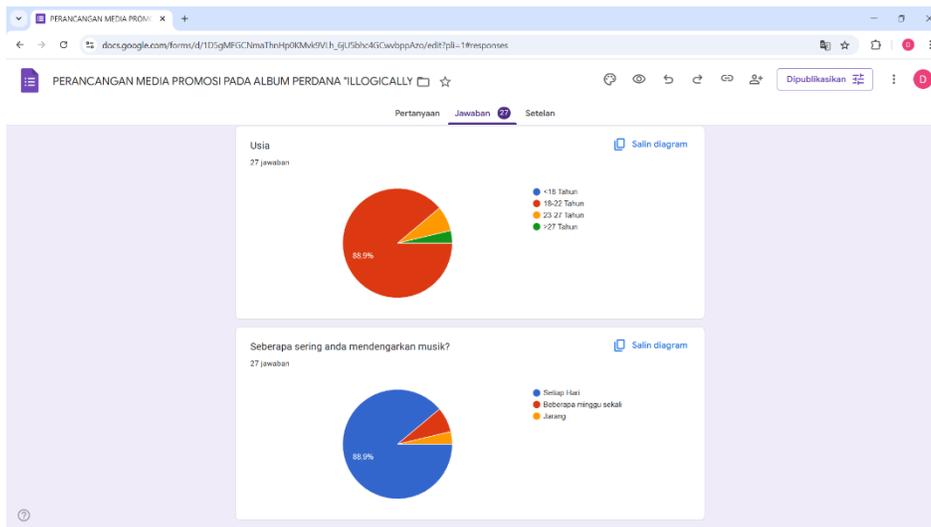
Media promosi yang terkait dengan desain komunikasi visual juga merupakan peran krusial dalam industri musik, membantu menciptakan identitas dan menarik perhatian audiens. Media promosi juga dapat membentuk sebuah identitas visual yang itu sangat penting dimiliki oleh seorang musisi. Peranan identitas visual dan maskot sangat penting dalam membangun identitas bagi perusahaan sebagai penanda nilai dan citra perusahaan ke masyarakat. (Prastika A.F, 2021) Desain pada berbagai media seperti poster, cover album, dan *merchandise* berfungsi sebagai representasi visual dari karya musisi, memperkuat branding dan daya tarik estetis. Seperti Poster dan flyer yang menggunakan elemen grafis seperti warna dan tipografi sebagai media untuk mempromosikan konser atau album, sementara *cover* album menjadi wajah utama karya musik yang merepresentasikan isi dari sebuah album tersebut yang berfungsi menarik perhatian pendengar. *Merchandise* seperti *T-shirt* dan poster yang didesain dengan elemen khas musisi juga berfungsi sebagai promosi berjalan yang dapat meningkatkan popularitas. Di era digital, konten visual untuk media sosial seperti Instagram dan TikTok menjadi alat utama untuk promosi musik, dengan desain grafis yang kreatif dan menarik memegang peran penting dalam menciptakan interaksi dan keterlibatan penggemar. Serta menciptakan sebuah personal branding yang membuat musisi lebih mudah dikenal dan diingat oleh audiens. Menurut (Afrilia, 2018) Pada akhirnya, pembentukan personal branding tersebut dapat meningkatkan nilai jual seseorang atas keahlian yang dimiliki.

Berdasarkan dari hasil questioner yang disebarakan melalui Google Form, menurut dari 90% audience beranggapan bahwa media promosi sangat penting dilakukan sebagai sarana memperkenalkan musisi baru seperti Nuwa. Media promosi berupa video lirik, merchandise merupakan media yang paling berpengaruh untuk menarik pada audience baru untuk lebih mengenal Nuwa serta karya-karya yang diciptakan.



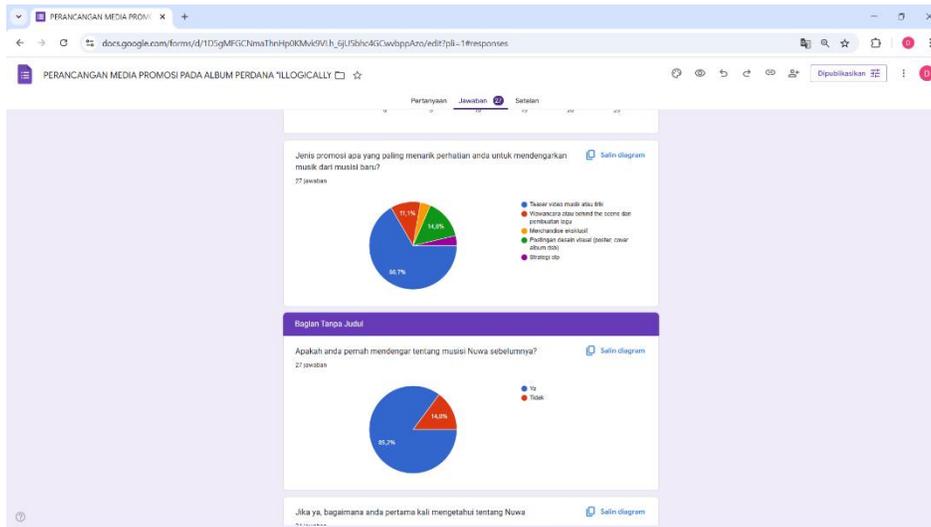
Gambar 1. 3 Hasil Survey Questioner 1

(Sumber: Dokumen pribadi)

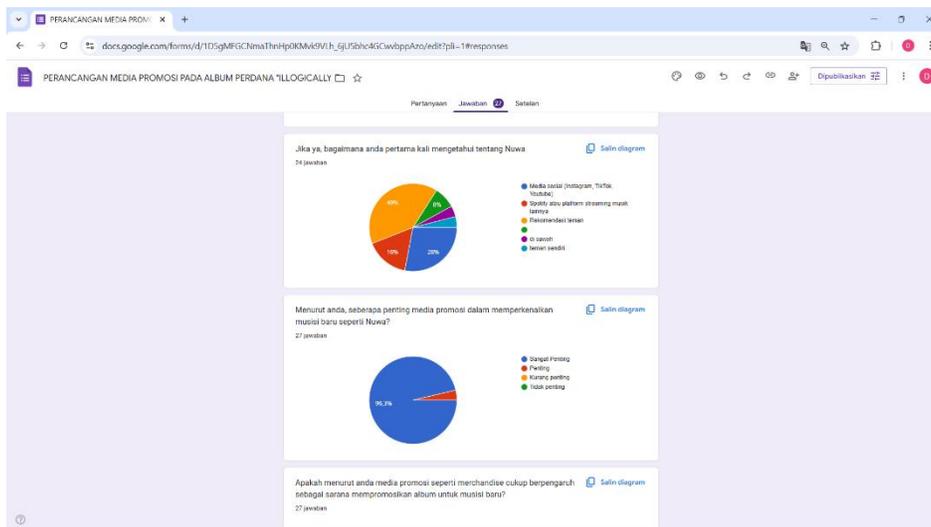


Gambar 1. 4 Hasil Survey Questioner 2

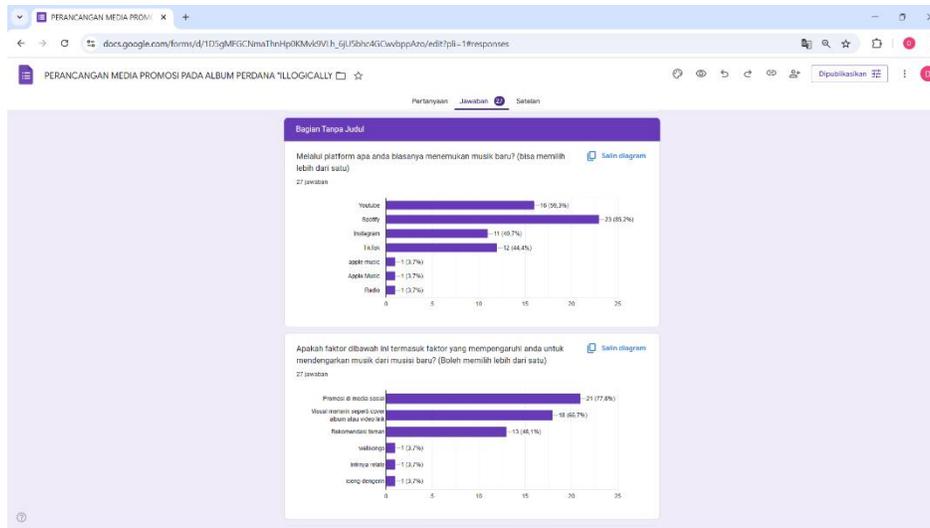
(Sumber: Dokumen pribadi)



Gambar 1. 5 Hasil Survey Questioner 3
(Sumber: Dokumen pribadi)



Gambar 1. 6 Hasil Survey Questioner 4
(Sumber: Dokumen pribadi)



Gambar 1. 7 Hasil Survey Quesioner 4

(Sumber: Dokumen pribadi)

Berbagai media promosi visual akan digunakan guna memperkenalkan album perdana “Illogically” secara efektif. Desain cover album yang mencolok akan menjadi salah satu pusat identitas visual album, yang dapat mencerminkan isi, serta dapat menginterpretasikan tema dan nuansa musik pada album tersebut. Media pendukung seperti merchandise, cover album, serta konten digital di media sosial seperti Instagram dan TikTok juga digunakan guna membangun antusiasme dari audiens. Merchandise seperti *T-shirt* dan stiker yang menampilkan visual khas album juga akan menjadi bagian dari strategi promosi, memungkinkan penggemar untuk membawa pulang bagian dari karya Nuwa.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang mengenai peluncuran album perdana Nuwa, "Illogically", terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi dalam kaitannya dengan perancangan media promosi:

1. Minimnya pengenalan terhadap musisi baru yang membuat Nuwa belum memiliki basis penggemar yang luas, sehingga membutuhkan strategi promosi yang efektif untuk memperkenalkan dirinya dan albumnya kepada audiens yang lebih luas. (Data didapat dari wawancara musisi Nuwa, pendengar karya Nuwa, serta musisi-musisi yang bersangkutan dengan industri musik)

2. Persaingan Ketat di Industri Musik di era digital yang membuat musisi harus bersaing dengan banyak artis lain untuk mendapatkan perhatian. Sehingga diperlukan promosi yang kuat dan menonjol, agar album "Illogically" lebih terlihat di tengah banyaknya konten musik baru. (Data didapat dari wawancara musisi Nuwa)

3. Kurangnya media visual yang menarik, karena daya tarik visual menjadi faktor penting dalam menarik perhatian audiens, sehingga album "Illogically" memerlukan media promosi visual yang kuat, seperti cover album, poster, dan konten media sosial, yang dapat menarik perhatian audiens secara cepat dan efektif. (Data didapat dari wawancara pendengar karya Nuwa, serta musisi yang bersangkutan dengan industri musik)

4. Media sosial yang kurang dimanfaatkan karena media sosial adalah salah satu platform utama untuk promosi musik. diperlukan strategi visual yang tepat untuk memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube guna membangun kesadaran dan antusiasme terhadap album "Illogically". (Data didapat dari hasil observasi dan wawancara bersama Nuwa)

5. Keterbatasan sumber daya promosi sebagai musisi independen, Nuwa menghadapi keterbatasan dalam hal anggaran dan sumber daya untuk kampanye promosi besar-besaran. Oleh karena itu, diperlukan perancangan media promosi yang efisien dan efektif, memaksimalkan hasil dengan sumber daya yang terbatas. (Data didapat dari wawancara musisi Nuwa)

1.3 Rumusan Masalah

Dari pembahasan pada latar belakang, maka didapat kesimpulan bahwa rumusan masalah dari perancangan ini adalah “Bagaimana merancang media promosi yang efektif untuk memperkenalkan musisi baru, Nuwa, dan album perdananya *"Illogically"* kepada audiens yang lebih luas?”

1.4 Batasan Masalah

1. Perancangan ini akan difokuskan pada perancangan media promosi visual, seperti sampul album, poster, serta merchandise sebagai media promosi pada album “*Illogically*” musisi Nuwa.
2. Perancangan ini tidak membahas secara mendalam mengenai aspek-aspek promosi non-visual seperti strategi distribusi musik atau manajemen artis.

3. Penelitian ini akan membatasi pembahasan pada media promosi digital seperti Instagram, TikTok, dan Spotify, serta media promosi fisik seperti poster dan merchandise.

1.5 Tujuan

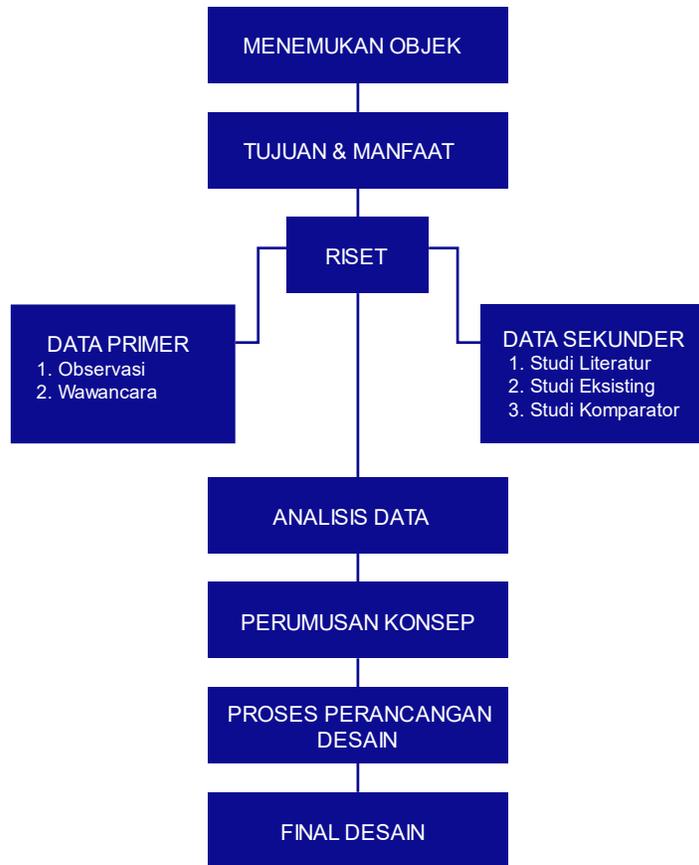
1. Menciptakan media promosi yang kuat dengan mengembangkan identitas visual yang konsisten dan menarik untuk album "*Illogical*" melalui desain komunikasi visual, seperti cover album, poster, konten digital, dan merchandise, yang merefleksikan konsep dan pesan dari musik Nuwa.
2. Memperkenalkan Nuwa sebagai musisi baru dan albumnya "*Illogically*" kepada audiens yang lebih luas, sehingga meningkatkan kesadaran dan ketertarikan terhadap karyanya.

1.6 Manfaat

1. Meningkatkan popularitas serta branding yang kuat bagi musisi Nuwa melalui perancangan media promosi visual yang konsisten.
2. Diharapkan dengan adanya perancangan media promosi ini dapat meningkatkan daya jual pada album "Illogically" musisi Nuwa
3. Diharapkan dengan adanya perancangan media promosi ini dapat memperluas jangkauan audiens pendengar album "Illogically" dari musisi Nuwa

1.7 Kerangka Perancangan

Strategi media promosi dengan judul "Perancangan Media Promosi pada Album Perdana "*Illogically*" Musisi Nuwa" dibuat untuk tugas akhir di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Perancangan ini dilakukan untuk mengembangkan promosi pada musisi Nuwa guna mengjangkau audiens yang lebih luas.



Gambar 1. 8 Kerangka Perancangan

(Sumber: Dokumen pribadi)