

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari duplikasi, peneliti melakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian terdahulu. Dari hasil penelusuran penelitian terdahulu, diperoleh beberapa masalah yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, yaitu:

- 1) Eksplorasi Media Alternatif Band Indie L' Alhalpa Melalui Pendekatan Multimedia. Penelitian ini dilakukan oleh Fathima Assilmia. Mahasiswa program studi Sarjana Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) ITB. Hasil penelitiannya adalah Band Indie Alhalpa menggunakan multi media sebagai media alternatif untuk menjangkau khalayak mendengarkan musik mereka. Band Alhalpa menggunakan ide tentang berbagi mimpi, mengajak penggemar menuliskan mimpi mereka pada video klip interaktif mereka melalui internet.
2. Musik Indie Sebagai Perlawanan Terhadap Musik Mainstream Indonesia. Penelitian ini dilakukan oleh Naldo dalam Tesis nya pada untuk meraih gelar Magister Sains (M.Si) Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia. Hasil penelitiannya adalah band indie melakukan perlawanan atas media mainstream yang dianggap membatasi musisi-musisi dalam berkarya, karena kekuatan Internet tanpa disadari memiliki kekuatan besar untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Adapun titik perbedaan pada penelitian yang akan penulis lakukan adalah peneliti pertama fokus pada menciptakan ide melalui multimedia agar menarik khalayak agar lebih meng-apresiasi musik mereka, sementara pada peneliti kedua fokus pada memerangi media mainstream, sedangkan pada penelitian yang saya lakukan adalah tentang kebermanfaatan dan kemudahan media alternatif itu sendiri (soundcloud) namun media tersebut hanya mem-fokuskan pada musik mereka sendiri, bukan pada ide-ide yang diciptakan untuk menarik khalayak seperti pada peneliti pertama, dan juga penelitian saya terfokus pada persepsi band indie tentang media soundcloud sebagai media alternatif, bukan pada ke-tidak-inginan band indie untuk menggunakan media mainstream seperti pada penelitian kedua.

2.2 *New Media*

2.2.1 *Definisi New Media*

Media massa berkembang begitu cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks, serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya. Hal ini ditandai dengan munculnya media baru. Istilah ‘media baru’ telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam. Secara sederhana media baru merupakan media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan *internet* secara khususnya. Termasuk di dalamnya adalah *web*, *blog*, *online social network*, *online forum* dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya.

Menurut Denis McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2011:43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak

individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.

2.2.2 Manfaat *New Media*

Menurut Terry Flew dalam buku *New Media : An Introduction*, terdapat beberapa manfaat dalam new media, yaitu :

1. Bidang Sosial

Dalam bidang ini *new media* merupakan media yang banyak menyita perhatian masyarakat misalnya berbagai macam jejaring sosial yang saat ini diminati masyarakat seperti *facebook, twitter, skype, yahoo messenger, my space, soundcloud, instagram, path*, dll. Dengan menggunakan jejaring sosial ini dengan mudah dapat menjalin komunikasi dengan semua user di belahan dunia manapun.

2. Bidang Industri/Dagang

Dalam bidang ini memudahkan bagi siapa pun yang ingin menawarkan/mempromosikan produk tertentu sehingga tidak susah susah untuk membuka toko dan promosi langsung didepan konsumen, melalui *new media* pedagang dapat mempromosikan produk nya melalui membuka *online shop*, bisa melalui *facebook, twitter* atau kaskus.

3. Bidang Pendidikan

Dalam bidang ini sangat memudahkan bagi pelajar maupun pengajar dalam mendapatkan materi yang di inginkan. Pengguna media dapat mengakses melalui *search engine* untuk mendapatkan segala informasi, atau dengan fasilitas *E-book*, fasilitas *e-mail* juga bisa membantu dalam proses mengerjakan tugas atau saling tukar informasi.

4. Bidang Lowongan Kerja

Dalam bidang ini ditujukan bagi publik yang ingin mencari pekerjaan dengan *searching* di internet lalu mendaftar secara *online* bahkan bisa mengikuti tes masuk secara *online*, tentu saja akan menghemat biaya bagi para pencari pekerjaan yang tinggal jauh dari lokasi perusahaan yang diminati.

2.2.3 Komponen *New Media*

Komponen dari *new media* yaitu : *Handphone*, Internet, dan Komputer. *Handphone / Smart Phone* dapat dijadikan sebagai komponen *New Media* karena dengan Smart Phone, pengguna dapat mengakses bebesapa situs jejaring sosial. *Internet* dijadikan sebagai komponen *New Media* karena dengan *Internet* pengguna dapat mengakses berbagai informasi di manapun kita berada. *Internet* memudahkan penggunanya untuk melakukan sebuah interaksi sosial dengan manusia sekitar. Komputer dijadikan sebagai komponen *New Media* karena komputer juga dapat memudahkan penggunanya mendapatkan informasi. Ketiga komponen diatas tidak dapat saling dipisahkan, antara *Smart Phone* dengan *Internet* dan juga Komputer dengan *Internet*. Ketiganya saling berkaitan dan harus seimbang dalam pemakaiannya.

2.3. Band Indie

Musik dewasa ini telah menjadi kebutuhan dan menyatu dalam kehidupan masyarakat. Di Indonesia sendiri terdapat beragam jenis musik, baik yang diadopsi dari luar maupun asli dari dalam negeri. Band Indie merupakan bagian yang turut meramaikan musik Indonesia. Band Indie bukanlah melulu soal genre. Band Indie merupakan *group* pemusik yang merekam dan memasarkan sendiri karya mereka. Band Indie bekerja secara *Independent*. Berjuang memperkenalkan musik mereka

kepada publik secara mandiri tanpa bantuan dan tanpa terikat oleh perusahaan label. Band Indie memang relatif memiliki jenis musik yang berbeda dengan musik yang diminati oleh pasaran. Pasaran Musik Indonesia pada kenyataannya memang didominasi oleh musik pop, dimana para pemusik di bawah naungan label digiring untuk menciptakan karya-karya musik pop.

Seperti yang ditulis Alexander Beny Pramudyanto dalam jurnal Media Baru dan Counter-Hegemony atas Dominasi Logika Industri Musik yang merangkum pernyataan Adorno (storey:1994), “Musik pop itu ‘distandarisasikan’. Untuk menyembunyikan standarisasi, industri musik menggunakan apa yang disebut Adorno ‘*pseudo-individualisasi*’: di mana dengan kata lain, standarisasi *hits* lagu menjaga para penikmat musik tetap menerimanya dengan tetap mendengarkannya. *Pseudo-individualisasi*, menjaga mereka (*audiens*) tetap menerimanya dengan membuat mereka lupa bahwa apa yang mereka dengarkan itu telah diperdengarkan dan ‘disederhanakan sebelumnya’ kepada mereka.”

Maka dari itu hal tersebut yang membuat band-band yang memiliki idealisme dalam bermusik untuk mempertahankan jenis musik yang menjadi jenis musik mereka dan berjuang untuk memperkenalkan karya mereka pada publik tanpa label musik major.

2.4 Media Alternatif

Dalam Bermusik secara *Independent*, Band Indie membutuhkan media yang tidak seperti media pada umumnya. Membutuhkan tidak sedikit biaya untuk mempromosikan karya mereka melalui televisi dan media *mainstream* lainnya yang bisa dengan mudah dilakukan jika bergabung dengan label musik. Media alternatif

tentu merupakan media yang dapat dijangkau dan dengan ekspektasi yang sama terhadap hasil dari promosi melalui media *mainstream*.

Media *mainstream* dan media alternatif keduanya sulit untuk didefinisikan karena keduanya berbeda di tempat satu dan yang lainnya. Hal yang perlu diperhatikan adalah memahami apa yang membuat suatu media bersifat *mainstream* dan apa yang membuat suatu media bersifat alternatif. Seperti yang ditulis oleh Ayub Wahyudi dalam Memahami Media *Mainstream* dan *Alternative* dalam Sosiologi Media, beliau mengutip Noam Chomsky dalam *What Makes Mainstream Media Mainstream* (1997: 20) yang mengatakan mengatakan bahwa : *“If you want to understand the media, or any other institution, begin by asking questions about the internal institutional structure. And you ask about their setting in the broader society. How do they relate to other systems of power and authority? If you’re lucky, there is an internal record from leading people that tells you what they are up to.”*

2.5 Persepsi

2.5.1 Definisi Persepsi

Persepsi pada dasarnya merupakan proses penyerapan individu terhadap suatu objek atau peristiwa dan memberikan arti terhadap objek tersebut. Seperti dalam buku Perilaku dan Manajemen Organisasi, Persepsi didefinisikan sebagai proses kognitif dimana seseorang individu memilih, mengorganisasikan, dan memberikan arti kepada stimulus lingkungan. (*John M. Ivancevich, dkk 2006: 116*)

2.5.2 Sifat-Sifat Persepsi

Makmuri Muchlas (2008:119) membagi sifat persepsi menjadi 5, yaitu:

1. Persepsi bersifat selektif.

Atensi seseorang terhadap suatu rangsangan merupakan faktor utama selektifitas terhadap rangsangan tersebut. Hal itu dipengaruhi oleh faktor internal seperti faktor biologis, faktor fisiologis dan faktor sosial budaya, sementara pada faktor eksternal meliputi, Gerakan, Intensitas, Kontras, Kebaruan, dan Perulangan objek yang dipersepsi.

2. Persepsi Bersifat Dugaan. Proses persepsi bersifat dugaan itu memungkinkan seseorang untuk menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari sudut pandang manapun. Dugaan diperlukan untuk membuat kesimpulan berdasarkan informasi yg tidak lengkap lewat pengindraan.

3. Persepsi Bersifat Evaluatif.

Persepsi pada dasarnya bersifat subjektif dan pribadi. Tidak seorangpun mempersepsi suatu objek tanpa mempersepsi seberapa baik atau buruk objek tersebut.

4. Persepsi Bersifat Kontekstual.

Ketiadaan pola berarti ketiadaan makna atau berarti kebingungan karena terlalu banyak makna.

5. Persepsi berdasarkan Pengalaman.

Persepsi manusia muncul dari adanya proses pembelajaran (pengalaman) masa lalu yang berkaitan dengan orang, objek, atau kejadian serupa yang ada disekitarnya. Ketiadaan pengalaman dalam menghadapi suatu objek akan membuat seseorang menafsirkan objek tersebut berdasarkan dugaan sementara / pengalaman yang mirip.

2.6 Promosi

Promosi merupakan suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal, menjadi mengenal sehingga pembeli dan mengingat produk tersebut. (Djaslim Saladin dan Yevis Marty Oesman. 2002 : 123).

Dalam pengertian tersebut, pembeli yang dimaksud dalam penelitian ini adalah khalayak/pendengar soundcloud sebagai penikmat lagu-lagu milik penjual (band indie) sehingga dalam promosi tersebut khalayak bisa mengenal band dan lagu-lagunya dan menikmatinya. Bagi band *independent* yang membangun band mereka sendiri tanpa label, *budget* merupakan hal yang harus diperhatikan. Promosi melalui demo fisik dan bekerja sama dengan stasiun televisi maupun radio tentu saja membutuhkan dana yang tidak sedikit. Terlebih lagi jika band itu sendiri tidak berdomisili di kota besar. Akan lebih banyak biaya yang dibutuhkan untuk biaya transportasi selama promosi. Kekuatan promosi memang lah sangat penting terlebih bagi mereka yang berdiri sendiri tanpa label. Tapi dengan adanya *Social Media* Seperti Soundcloud, Proses Promosi Band Indie menjadi lebih mudah dan efektif.

2.7 Soundcloud

SoundCloud merupakan aplikasi berbasis audio *online* dimana para pengguna dapat merekam dan meng-*upload* langsung lagu mereka dan membagikannya kepada publik. Menjadi media sosial itu sendiri menjadi fitur terbaik dari *soundcloud*. *SoundCloud* memungkinkan pengguna mengakses dan mendengarkan rekaman semua pengguna dan memberi nilai poin, dan juga komentar. *Soundcloud* menawarkan berbagai genre musik yang dapat dinikmati, dan memberikan wadah bagi para

pemusik untuk mempromosikan karyanya. *Soundcloud* memberi kemudahan untuk merekam suara setiap saat dan mengunggah rekaman nanti setelahnya jika pengguna tidak sedang terhubung dengan jaringan internet.

Pada awalnya *Soundcloud* bermula di Stockholm, Swedia, namun didirikan di Berlin, Jerman pada bulan Agustus, 2007 oleh *designer* suara Alex Ljung dan musisi Eric Wahlforss. (<https://blog.soundcloud.com/>). Fitur utama dari *SoundCloud* adalah memungkinkan seniman meng-*upload* musik mereka dengan *URL* khusus. Setelah meng-*upload* musik, pengguna dapat membagikan *URL* itu ke media sosial lain seperti *facebook* dan *twitter* untuk mencapai khalayak yang lebih luas.

Menurut survei Jana tentang kebiasaan mendengarkan musik yang dilakukan terhadap 700 orang di empat negara berkembang di Asia, yaitu India, Indonesia, Filipina, dan Vietnam, *soundcloud* merupakan media yang populer. Di Indonesia, 90% responden menggunakan aplikasi di *smartphone* untuk mendengarkan musik dengan 31% ternyata menggunakan *Soundcloud* sebagai aplikasinya. Sedangkan aplikasi *MelOn* dan *Shazam*, masing-masing hanya dengan 21% dan 12%. Menurut survei Jana, ternyata *Soundcloud* tidak hanya populer di Indonesia, tapi juga masuk ke jajaran tiga besar di Filipina dan Vietnam. (<https://dailysocial.net/post/survei-jana-soundcloud-adalah-aplikasi-musik-paling-populer-di-indonesia>)

Jumlah responden yang terbatas tentu membuat validitas survei Jana ini tidak 100% akurat. Meskipun demikian sulit dipungkiri bahwa popularitas *Soundcloud* yang tinggi di Indonesia didukung oleh kemudahan pengaksesan, pengunggahan, dan perekaman. Menurut Jana, *Soundcloud* digunakan oleh penggunanya karena selalu

diperbarui, memiliki kualitas streaming yang bagus, dan bisa merekam dan men-*tweet* lagu milik sendiri.

2.8 Profil Band *Afternoon Talk, Police Militia, Independent Kidz.*

1. *Afternoon Talk*

Afternoon Talk adalah band dengan lagu-lagu sederhana - manis - pendek - akustik yang dibentuk oleh Sofia , Harsa Wahyu dan Ridwan Ayubi di Bandar Lampung . *Afternoon Talk* menawarkan publik suara akustik dengan dimensi lebar tanpa meninggalkan konsep kesederhanaan dalam musik mereka . *Afternoon Talk* telah menggunakan *soundcloud* sebagai media alternatif promosi selama lebih dari dua tahun. Akun *Soundcloud* milik *Afternoon Talk* memiliki 7*tracks* yang merupakan lagu milik mereka, ± 1.960 *followers*, dan semua *track* telah diputar sebanyak lebih dari 10.000 kali. Dan *track* yang paling banyak diputar merupakan *track* berjudul “*Island*” yang telah diputar sebanyak lebih dari 23.000 kali.

2. *Police Militia*

Police Militia merupakan sebuah band indie beraliran *Rock Modern* yang beranggotakan 5 orang, yaitu christian, agus, rizky, rengga, dan obek. *Police Militia* telah menggunakan *soundcloud* selama lebih dari setahun dan memiliki 3*tracks*. Pada setiap *track*nya telah diputar sebanyak 500 kali. Bahkan pada *track* yang terakhir diupload, pemutaran *track* mencapai ± 1.691 kali.

3. *Independent Kidz.*

Independent Kidz adalah sebuah band indie yang beranggotakan 4 Orang, Yaitu Bagus (*Drum*), Rayyan (*Guitar/Vocal*), Vijar (*Guitar/ Backing Vocal*) dan Alsion (*Bass/Backing Vocal*). *Independent Kidz* telah menggunakan *soundcloud* selama

lebih dari setahun dan memiliki 4 *Tracks*. Pada setiap *Track* nya telah diputar sebanyak lebih dari 1.000 kali.

2.9 Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*

Berbagai penelitian dilakukan untuk mempelajari proses integrasi teknologi semenjak tahun 1980 –an. Salah satu teori integrasi teknologi yang cukup populer adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*. Teori integrasi teknologi merupakan teori yang menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer.

Menurut *Stephen W. LittleJohn* dalam buku *Theories of Human Communication*, terdapat dua faktor dalam TAM yang secara dominan mempengaruhi integrasi teknologi. Faktor pertama adalah persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi. Sedangkan faktor kedua adalah persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi (*ease of use*). Kedua faktor tersebut mempengaruhi kemauan untuk memanfaatkan teknologi (*usefulness*). Selanjutnya kemauan untuk memanfaatkan teknologi akan mempengaruhi penggunaan teknologi yang sesungguhnya. Persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi dapat diukur dari beberapa faktor sebagai berikut:

- a. Penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktivitas pengguna
- b. Penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja pengguna
- c. Penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pengguna.

Faktor faktor diatas akan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi. Pada umumnya pengguna teknologi akan memiliki persepsi positif terhadap teknologi yang disediakan. Persepsi negatif akan muncul sebagai dampak dari penggunaan teknologi tersebut. Artinya persepsi negatif berkembang setelah pengguna pernah mencoba teknologi tersebut atau pengguna berpengalaman buruk terhadap penggunaan teknologi tersebut. Pengalaman buruk ini dapat berupa pengalaman menggunakan teknologi yang sejenis ataupun pengalaman setelah menggunakan teknologi yang disediakan. Faktor penyebab ini sebenarnya berkaitan erat dengan faktor kedua dari TAM yaitu persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi.

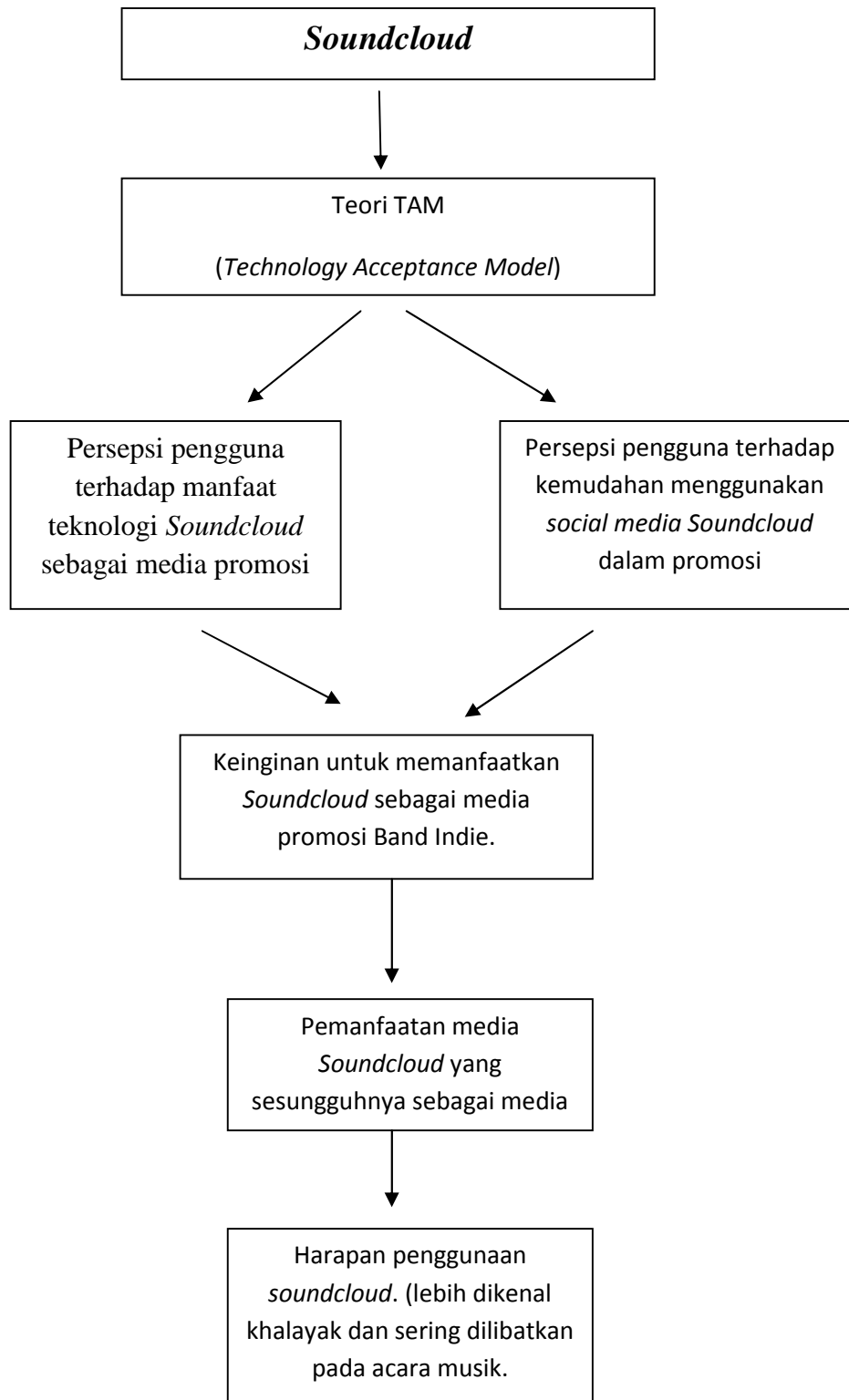
Persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri misalnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi yang sejenis. Pengalaman baik pengguna akan teknologi sejenis akan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap teknologi baru yang disediakan, begitu pula sebaliknya.

Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna akan kemudahan penggunaan teknologi tersebut, demikian pula sebaliknya. Teknologi yang dimaksud bukan hanya teknologi yang akan diadopsi tetapi juga teknologi lain yang sejenis dengan teknologi yang akan diadopsi. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme *support* yang handal. Mekanisme *support* yang terpercaya akan mempengaruhi kepercayaan pengguna akan kemudahan teknologi

misalnya pengguna merasa yakin bahwa terdapat mekanisme *support* yang handal jika kesulitan menggunakan teknologi maka mendorong persepsi pengguna kearah lebih positif. Demikian pula sebaliknya.

Teori TAM mengupas penerimaan teknologi dari sisi manusia sebagai pengguna, sehingga mengabaikan faktor kompleksitas teknologi itu sendiri. Kompleksitas teknologi dikaji bukanlah dari sisi teknologi itu sendiri, melainkan bagaimana persepsi manusia (*perceived*) atau pengguna yang terbentuk terhadap kompleksitas teknologi tersebut. Apa yang menjadi persepsi manusia atau pengguna memang tidak selalu sama dengan kenyataan pada aspek teknologinya. Tetapi persepsi inilah yang akan menggiring manusia akan menggunakan teknologi atau tidak. Jadi, perlu ada suatu upaya untuk membangun suatu persepsi yang positif terhadap teknologi pada ruang pikiran manusia atau pengguna supaya bisa diterima dengan baik.

2.10 Kerangka Pikir



Bagan 2.1