

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metodologi *hybrid*. Metodologi ini merupakan metode penelitian yang dicetuskan oleh Creswell (2014) dimana peneliti mengumpulkan data dengan metode kualitatif dan kuantitatif.

3.1.1 Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada 3 *end user* untuk mendapatkan data pengguna yang beragam dengan beberapa pertanyaan berupa keinginan mereka untuk menjadi seorang musisi profesional dalam industri, jalan karir mereka sebagai seorang musisi, dan pentingnya media informasi untuk mempersiapkan musisi baru yang ingin memulai karir di industri musik.

3.1.1.1 Wawancara *Artist Manager*

Satria Ramadhan atau lebih sering disapa Cik Satria adalah CEO dan founder dari SRM Bands Management & Booking Agent yang telah berdiri dari tahun 2008 hingga sekarang. SRM Bands Management & Booking Agent merupakan sebuah label rekaman dan manajemen musisi yang telah menaungi banyak musisi. Beberapa band dan solois yang dinaungi oleh SRM adalah SORE, Tanayu, dan juga rumahsakit. Selain menjadi CEO dan founder SRM, Satria Ramadhan juga merupakan Co-founder dari ASEAN Music Showcase Festival, festival musik yang menampilkan musisi dari berbagai negara ASEAN. Penulis melakukan wawancara pada tanggal 19 September 2022.



Gambar 3.1 Wawancara Penulis Bersama Satria Ramadhan

Menurut Satria, industri musik adalah suatu wadah untuk para musisi berkarya dan memasarkan karya yang telah diciptakan. Selain itu, juga banyak orang-orang lain yang membantu musisi yang ada di dalam industri musik seperti produser, manajer, booking agent, tim produksi, dan lain lain. Satria juga menjelaskan bahwa belum banyak musisi yang mengetahui tentang peta jalan seorang musisi untuk masuk kedalam industri, sehingga mengakibatkan musisi-musisi baru tidak berani atau tidak ingin terjun kedalam industri musik. Dengan adanya masalah ini, perkembangan industri musik di Indonesia memiliki potensi yang cukup besar untuk menjadi terhambat dan bahkan terancam.

Satria menjelaskan bahwa ada beberapa jalur untuk masuk kedalam industri musik dan menjadi musisi profesional yaitu melalui suatu proses dengan kecepatan berbeda dari setiap musisi dimana seorang musisi baru atau sebuah band baru melakukan perilisan di digital streaming platform, dan setelah melakukan perilisan bermain di panggung-panggung dengan membawa rilisan fisik untuk dijual. Setelah memperluas pendengar-pendengar di Indonesia sendiri baru mulai memperkenalkan diri mereka sendiri ke luar Indonesia. Proses ini akan dialami dengan berbeda setiap musisi atau band.

Menurut Satria, media informasi untuk mempersiapkan musisi baru yang ingin memulai karir di industri musik masih sangat dibutuhkan untuk membantu memberikan musisi-musisi baru kesempatan untuk masuk kedalam industri musik.

3.1.1.2 Wawancara *Senior Manager* Label Rekaman

Shindu Prabowo adalah seorang manager senior dari label rekaman YWMF. YWMF adalah label rekaman dari beberapa musisi terkenal bahkan legendaris seperti Yovie & Nuno, dan Kahitna. Penulis melakukan wawancara melalui telepon dengan bantuan dari pak Aditya, dosen aktif di DKV UMN.

Penulis bertanya mengenai cara untuk masuk kedalam industri musik. Shindu Prabowo memulai penjelasan dengan memberitahu cara masuk kedalam industri musik sebelum zaman digital. Setelah itu, Shindu Prabowo melanjutkan penjelasan cara untuk masuk ke industri musik pada era digital. Untuk menjadi musisi dalam label rekaman dan menjadi musisi independen tidak memiliki perbedaan yang jauh. Proses yang dilalui sama tetapi perbedaannya adalah musisi independen melakukannya sendiri sedangkan musisi dalam label rekaman dibantu oleh label rekaman yang bersangkutan. Tetapi meskipun musisi independen melakukan semuanya sendiri, mereka juga memerlukan sebuah merk untuk merepresentasikan diri mereka sendiri sehingga musisi se independen apapun memiliki label rekaman mereka bisa dengan nama mereka sendiri atau mencetuskan sebuah merk baru. Menurut Shindu Prabowo, musisi label rekaman ataupun independen pada zaman sekarang memiliki peluang yang lebih besar karena proses distribusi sekarang lebih mudah karena tidak memerlukan pencetakan karya secara fisik.

3.1.1.3 Wawancara *End User*

1) Immanuel Neo Ketaren

Immanuel Neo Ketaren atau biasanya dipanggil Neo adalah seorang musisi yang baru saja berkarir pada umur 23 tahun. Neo sangat ingin masuk ke dalam industri musik karena menjadi musisi profesional merupakan salah satu impian Neo. Karir Neo telah ia mulai dengan menciptakan lagu yang ditulis sendiri. Rencana Neo untuk karirnya, Neo

ingin mempublikasikan lebih banyak lagu-lagu ciptaan ia sendiri. Menurut Neo, media informasi untuk mempersiapkan musisi baru yang ingin memulai karir di industri musik sangat penting karena Neo sendiri belum mengetahui cara-cara untuk masuk kedalam industri musik, dan kesulitan untuk mencari jalan untuk masuk kedalam industri musik. Solusi yang diharapkan oleh Neo untuk membantu musisi baru yang ingin memulai karir di industri musik adalah *website*.



Gambar 3.2 Wawancara Penulis Bersama Immanuel Neo Ketaren

2) Theodoros Ibnu Azis

Theodoros Ibnu Azis yang memiliki panggilan Theo adalah seorang mahasiswa jurnalistik yang berumur 22 tahun yang sudah bermain musik sejak umur 18 tahun. Theo ingin masuk ke dalam industri musik karena bermain musik merupakan hobi Theo, dan Theo senang jika hobinya dapat menjadi sebuah karir dan sumber penghasilan. Theo sering bermain musik *tribute Beatles* di kedai kopi, dan juga Theo memiliki band yang sedang merintis karir dalam industri musik, tetapi Theo sendiri belum masuk ke industri musik karena ia belum percaya diri, tetapi Theo sudah mengetahui beberapa cara untuk masuk kedalam industri musik. Menurut

Theo, media informasi untuk mempersiapkan musisi baru yang ingin memulai karir di industri musik sangat penting agar semakin banyak musisi dapat tersorot publik sehingga industri musik di Indonesia menjadi maju. Theo berpendapat bahwa media informasi yang tepat untuk mempersiapkan musisi baru yang ingin memulai karir di industri musik adalah *website*



Gambar 3.3 Wawancara Penulis Bersama Theodoros Ibnu Azis

3) Delvin Roynaldo

Delvin adalah seorang mahasiswa berumur 21 yang telah bermain musik sejak kecil. Delvin tidak ingin menjadi seorang musisi profesional karena ia tidak melihat karir musik sebagai prospek kerja yang pasti. Selain itu, alasan Delvin untuk tidak menjadi musisi profesional adalah kurangnya informasi tentang cara masuk kedalam industri musik, sehingga Delvin tidak ingin menjadikan musik sebagai karir, melainkan sebagai hobi saja. Delvin merasa media informasi yang tepat untuk mempersiapkan musisi baru yang ingin memulai karir di industri musik cukup penting untuk memperluas pasar musik yang ada di Indonesia.



Gambar 3.4 Wawancara Penulis Bersama Delvin Roynaldo

3.1.1.4 Kesimpulan Wawancara

Dari wawancara yang telah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa media informasi untuk mempersiapkan musisi baru yang ingin memulai karir di industri musik masih tidak ada di Indonesia, sehingga media informasi ini dibutuhkan untuk menjadi sebuah panduan untuk para musisi baru yang ingin masuk kedalam industri musik.

3.1.2 Kuisisioner

Metode selanjutnya yang digunakan oleh penulis yaitu metode kuantitatif, dimana penulis melakukan survey dengan cara menyebarkan kuisisioner daring ke musisi-musisi berumur 17-25 tahun di Jabodetabek mengenai pengetahuan tentang cara untuk masuk kedalam industri musik. Tujuan dari survey yang dilakukan penulis adalah untuk mencari tahu pengetahuan mereka mengenai cara masuk kedalam industri musik, pentingnya media informasi untuk mempersiapkan musisi baru yang ingin memulai karir di industri musik, dan juga media informasi yang efektif untuk musisi-musisi yang ingin masuk ke dalam industri musik. Metode penentuan sampel yang digunakan penulis adalah rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{29.116.662}{1 + (29.116.662 \cdot 0.1^2)}$$

$$n = \frac{29.116.662}{1 + (29.116.662 \times 0.1)}$$

$$n = \frac{29.116.662}{29.116.672}$$

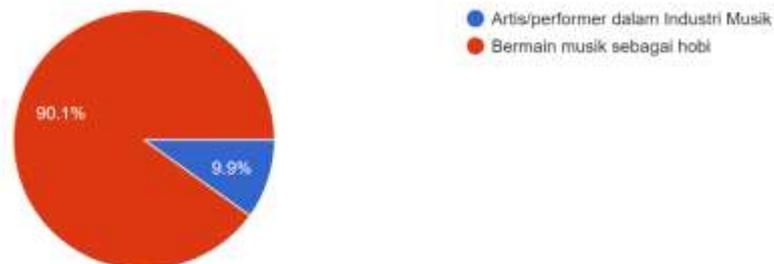
$$n = 99,999$$

$$n = 100$$

Setelah melakukan penghitungan, penulis mulai menyebarkan kuisisioner yang telah dibuat di *Google Form* melalui beberapa *platform* media sosial dan setelah mendapatkan hasil kuisisioner, penulis menjabarkan hasil kuisisioner yang telah disebar.

Menurut kamu, kamu termasuk kelompok yang mana yaaa?

151 responses

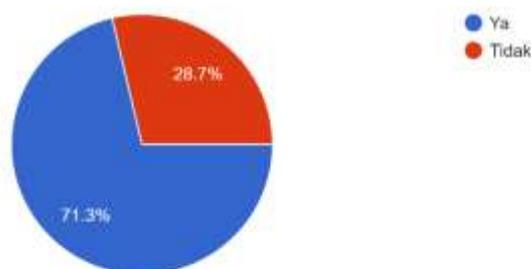


Gambar 3.5 Hasil Kuisisioner

Dari kuisisioner yang disebar oleh penulis, dapat dilihat, dari 151 responden, yang didapatkan, 90.1% responden bermain musik sebagai hobi, dan 9.9% merupakan musisi profesional.

Apakah kamu ingin menjadi musisi profesional?

136 responses

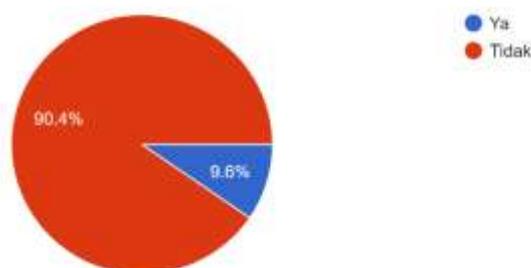


Gambar 3.6 Hasil Kuisisioner

71.3% dari responden yang bermain musik sebagai hobi ingin menjadi seorang musisi professional dan masuk kedalam industri musik. Hanya sebagian kecil yang telah menjadi artis/performer dalam industri musik, yaitu sebanyak 9.9%. Beberapa responden memiliki rencana kedepannya dalam karir musiknya. Akan tetapi, banyak juga responden yang tidak memiliki rencana untuk karir musiknya karena merek hanya bermain musik sebatas hobi.

Sekarang, apakah kamu mengetahui cara untuk masuk ke industri musik sebagai artis/performer?

136 responses



Gambar 3.7 Hasil Kuisisioner

Mayoritas dari responden pada kuisisioner sebanyak 90.4% menyatakan bahwa mereka tidak mengetahui cara untuk masuk ke industri musik. Dari 9.6% yang mengetahui cara untuk masuk ke industri musik menjabarkan cara-cara yang mereka ketahui.

Menurut kalian, apakah media informasi untuk membantu musisi masuk ke industri musik sebagai artis/performer penting?

133 responses

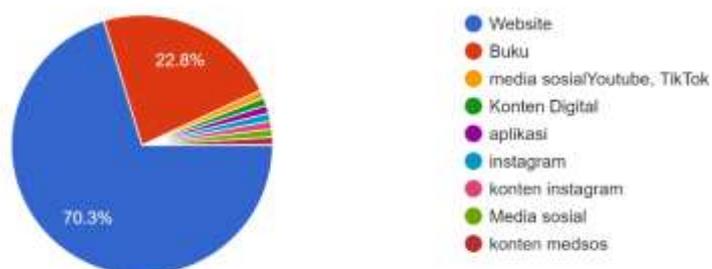


Gambar 3.8 Hasil Kuisisioner

Dari 133 responden yang telah dipilah, 99,2% dari 133 responden merasa bahwa media informasi untuk membantu musisi masuk ke industri musik sangat penting. Beberapa alasan dari responden yaitu belum adanya media informasi seperti itu di Indonesia, dan biasanya informasi seperti ini hanya tersebar dari mulut ke mulut. Ada juga yang menjawab untuk menjadi sebuah buku panduan bagi para musisi untuk masuk ke industri musik.

Menurut kalian, media informasi jenis apa yang tepat untuk fenomena ini?

101 responses



Gambar 3.9 Hasil Kuisisioner

Dari kuisisioner yang disebar oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa masih banyak musisi yang tidak mengetahui cara untuk masuk ke dalam industri musik dan belum ada media yang menyediakan informasi untuk musisi yang ingin masuk ke dalam industri musik. Dapat disimpulkan jenis media informasi yang tepat menurut responden dari kuisisioner yang disebar adalah perancangan *website*.

3.1.3 Studi Referensi

Penulis melakukan studi referensi dari sejumlah buku dan *website* yang didapatkan dari internet untuk menjadi referensi visual untuk perancangan yang akan dilakukan oleh penulis

I. Makna *Creative*



Gambar 3.10 Website Makna *Creative*

Sumber: <https://www.maknagroup.com/copy-of-makna-talks>

Makna *Creative* merupakan *website* dari sebuah perusahaan kreatif yang merancang iklan konseptual, perancangan *Brand*, perancangan *website*, dan perancangan media. Dari segi desain, *website* Makna *Creative* sangat mementingkan estetika visual. Pada *website* tersebut, Makna *Creative* menunjukkan portofolio dan karya-karya yang telah dibuat oleh Makna *Creative*. Tampilan visual dari *website* Makna *Creative* dapat menarik perhatian audiens yang mengakses *website* tersebut.

II. Nappa Milano



Gambar 3.11 Website Nappa Milano

Sumber: <https://nappamilano.id/>

Nappa Milano adalah sebuah toko sepatu yang memiliki *marketplace website* dengan visual yang menarik. Pada *homepage* mereka terdapat tampilan utama yang menunjukkan produk baru mereka. Jika *websitenya* digulir kebawah, maka akan terlihat tampilan produk yang mereka jual, dan juga terdapat pilihan *directory* untuk pilihan produk pria atau wanita. *Website* ini sangat mudah digunakan dari sisi *user experience* dengan segala kemudahan yang diberikan.

Kesimpulan dari studi referensi yang dilakukan oleh penulis adalah, penulis akan membuat perancangan yang menarik secara visual dan juga mudah diakses oleh *end user* sehingga penulis dapat menghasilkan perancangan media informasi yang dapat mengantarkan informasi secara maksimal dengan seminimnya kesulitan yang mungkin akan dialami *end user*

3.1.4 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan oleh penulis adalah metode yang didasari pada buku Landa (2014) dengan judul *Graphic Design Solutions*. Metode perancangan yang dalam buku tersebut terbagi menjadi lima metode. Dalam buku Landa (2014), metode perancangannya terbagi menjadi lima yaitu *orientation, analysis, conception, design, dan implementation*.

1. Orientation

Pada tahap ini, penulis mengumpulkan data-data yang di butuhkan untuk perancangan penulis. Penulis mencari dan mengumpulkan data sesuai dengan kebutuhan.

2. Analysis

Dalam tahapan ini, dari data-data yang telah dianalisis oleh penulis, penulis menentukan solusi yang akan diambil.

3. **Conception**

Pada tahap ini, penulis menentukan ide dimana ide tersebut berfungsi dalam memikat audiens yang telah ditargetkan oleh penulis. Ide yang digunakan memiliki keharusan untuk tetap relevan dengan topik permasalahan yang diambil oleh penulis. Beberapa cara untuk mendapatkan ide yaitu *mindmapping* dan *brainstorming*.

4. **Design**

Pada tahap ini, penulis akan melakukan metode perancangan sesuai dengan *output* yang akan ditentukan nantinya.

5. **Implementation**

Pada tahap ini, penulis akan mulai merancang media-media utama dan juga media-media pendukung. Setelah itu, media-media yang telah dibuat akan diimplementasikan.

