

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial tentunya tidak terlepas dari suatu proses komunikasi, baik secara sadar maupun tanpa sadar. Komunikasi dijelaskan oleh Cangara (2014:25): “komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Salah satu bentuk komunikasi yaitu komunikasi massa”.

Komunikasi massa dijelaskan oleh Vera (2016:5): “komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan media yang mana media tersebut dapat diterima oleh khalayak yang sangat besar dan tersebar di berbagai penjuru”. Fungsi dari komunikasi massa adalah menyampaikan informasi (to inform), mendidik (to educate), menghibur (to entertain), dan memengaruhi (to influence). Informasi atau pesan yang disebarkan bersifat umum. Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum karena tidak ditujukan kepada perseorangan atau kepada sekelompok orang tertentu (Effendy, 2011:23-31). Khalayak yang dituju pada proses komunikasi massa pun sifatnya heterogen, yaitu masing-masing khalayaknya memiliki perbedaan dalam berbagai hal seperti umur, jenis kelamin, agama, pekerjaan, pendidikan, pengalaman, bahkan penghasilan.

Perbedaan yang dimiliki oleh khalayak tersebut membuat artis (musisi atau penyanyi) sebagai komunikator menentukan target pasar mereka masing-masing dengan menyesuaikan genre atau tema lagu yang dimiliki. Lagu dikategorikan ke dalam salah satu contoh dari komunikasi massa karena lagu pada dasarnya merupakan sebuah pesan yang disampaikan kepada khalayak (audience) yang luas melalui media tertentu.

Pemilihan media untuk mendistribusikan lagu dinilai penting agar lagu dapat secara tepat sampai kepada khalayak sasaran atau target *audience* yang dituju, khususnya di era digital seperti saat ini. Era digital merupakan bentuk kondisi zaman yang memanfaatkan teknologi untuk mendukung serta memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Teknologi baru seperti internet dapat memenuhi kebutuhan manusia, mulai dari jejaring sosial, mengunduh aplikasi, mengakses informasi hingga memutar musik.

Dampak perkembangan era digital berpengaruh terhadap berbagai bidang, tidak terkecuali bidang hiburan. Salah satu dampak yang dirasakan dalam industri musik adalah turunnya penjualan lagu secara fisik berupa CD atau kaset. Penurunan penjualan dapat dilihat dari mulai berkurangnya toko penjualan CD lagu, bahkan sudah jarang ditemukan. Artis beralih ke produksi dan penjualan lagu secara digital serta mengurangi penjualan fisik sebagai salah satu upaya dalam menghadapi dampak era digital.

PT Digital Rantai Maya atau yang biasa disebut dr.m hadir untuk membantu para artis menghadapi dampak dari perkembangan era digital di Indonesia. Dr.m merupakan salah satu perusahaan label musik dan manajemen artis yang bergerak di bidang jasa teknologi informasi, periklanan, promosi dan pemasaran, telekomunikasi umum, hiburan, agen manajemen dan produksi, konsultan di bidang teknologi informasi, media massa, rekaman audio dan perdagangan. Dr.m memiliki fokus terhadap *digital label* dan sudah disiapkan untuk menghadapi



hancurnya industri musik dalam penjualan fisik sejak tahun 2010. Dr.m hanya melakukan produksi lagu secara digital.

Dr.m juga melakukan promosi dan penjualan lagu secara *online* melalui media digital tertentu. Promosi dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong (2012:62): “promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi”. Media digital yang digunakan oleh dr.m dalam mendukung kegiatan penjualan dan promosi lagu di era digital adalah media sosial (Instagram, YouTube, Twitter, Facebook, TikTok), media *streaming* musik (Spotify, Joox, Apple Music, Langit Musik, Vidio, dan YouTube Music), dan *Ring Back Tone* (RBT). Promosi dilakukan untuk meningkatkan penjualan lagu artis dr.m.

Media sosial dijelaskan oleh Nasrullah (2015:13): “media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial juga sebagai sarana pertukaran atau penyebaran informasi yang mudah dan cepat, sarana untuk menciptakan atau membagikan sebuah karya cipta, sarana untuk mempromosikan suatu produk atau jasa, dan lainnya”. Pemilihan media didasarkan pada kepopuleran media tersebut di kalangan *audience* serta memiliki kemudahan dalam penggunaannya sehingga *audience* dapat mendengarkan lagu dimana pun dan kapan pun melalui *handphone*. *Audience* juga dapat mendengarkan lagu secara *offline* dengan bermodalkan kuota internet atau berlangganan salah satu media *streaming* musik.

Dr.m membentuk *Team Label* dan *Artist Management* pada tahun 2008. *Team Label* dan *Artist Management* merupakan dua divisi berbeda yang disatukan, yaitu *Music Label* dan *Artist Management*. Divisi *Music Label* menangani hal-hal yang berkaitan dengan proses produksi lagu dan hak cipta lagu. Divisi *Artist Management* bertugas meningkatkan *branding* artis, mempertahankan *image* artis, memenuhi kebutuhan artis untuk promosi, dan membuat strategi promosi.

*Team Label* dan *Artist Management* dibentuk oleh dr.m untuk *me-manage* artis dr.m sekaligus menangani proses produksi lagu, khususnya pada pasca produksi. Pasca produksi dinilai penting karena proses ini dapat membantu dr.m dalam menentukan tingkat keberhasilan strategi promosi penjualan lagu artis dan strategi promosi apa yang tepat untuk dilakukan ke depannya.

Pemilihan judul “Peran *Team Label* dan *Artist Management* dalam Pasca Produksi Lagu Artis di PT Digital Rantai Maya” didasarkan oleh keinginan untuk menjelaskan peran *Team Label* dan *Artist Management* dalam pasca produksi lagu artis serta kegiatan apa saja yang dilakukan pada tahap pasca produksi lagu artis di salah satu label musik dan manajemen artis di Indonesia. Penulisan juga didasarkan oleh keinginan untuk menjelaskan hambatan apa saja yang muncul dalam pasca produksi lagu artis serta solusi yang diambil oleh *Team Label* dan *Artist Management* untuk mengatasinya.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka dirumuskan masalah yang akan dibahas selanjutnya sebagai berikut:



- 1) Bagaimana peran *Team Label* dan *Artist Management* dalam pasca produksi lagu artis?
- 2) Apa saja hambatan dan solusi yang muncul dalam pasca produksi lagu artis?

### Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan Laporan Akhir yang akan menjawab dari rumusan masalah adalah sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan peran *Team Label* dan *Artist Management* dalam pasca produksi lagu artis.
- 2) Menjelaskan hambatan yang muncul dalam pasca produksi lagu artis dan solusinya.

## METODE

### Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data dalam menyusun Laporan Akhir ini dilaksanakan di rumah, tepatnya Bugel Mas Indah Blok B.14 No.35, Kecamatan Karawaci, Kota Tangerang, Provinsi Banten, 15113. Waktu pengumpulan data dilakukan bersamaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama kurang dari tiga bulan, terhitung mulai dari tanggal 1 Maret sampai dengan 21 Mei 2021. Pelaksanaan kerja dilakukan pada hari Senin hingga Jumat dengan jam kerja pada pukul 09.00 – 18.00 WIB.

### Data dan Instrumen

Penulisan Laporan Akhir ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

#### 1) Data Primer

Data primer merupakan sumber data utama yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa hasil wawancara maupun hasil observasi. Sumber data primer dalam penelitian ini yakni hasil wawancara *online* yang dilakukan dengan *Team Label* dan *Artist Management* dr.m dan hasil observasi penulis selama PKL.

#### 2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari hasil studi pustaka seperti buku, jurnal, dan internet, yang dilakukan dengan cara mengkaji dan memahami informasi yang sesuai dengan permasalahan yang dibahas. Data sekunder dalam penelitian ini berupa penjelasan terkait komunikasi, komunikasi massa, media sosial, dan promosi.

Instrumen pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengukur, menakar, atau merekam data saat pengamatan atau pengumpulan data. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah daftar pertanyaan wawancara dan alat perekam suara.

