

Strategi Komunikasi Band Black Horses untuk Menarik Minat Generasi Muda Jakarta Selatan

Rafi Fadhlika Syachdan, Ahmadi

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi

Jakarta, Indonesia

rafidoncorleon@gmail.com, ahmadipasca@gmail.com

Abstract—Media is one of the containers used to convey and obtain information. In this era, technological advances have also brought the media in a more practical direction which uses the internet as a means of delivery. The presence of new transformations in the media makes it easier for information to be conveyed and obtained, so that changes can occur anytime and anywhere. Departing from the effectiveness of the use of social media in the process of delivering information, here the author tries to dissect in depth the communication strategy, which uses the Black Horses Band as the object of his research. This research focuses on the communication strategy of the Black Horses Band that can contribute to the realm of indie music in Indonesia. Meanwhile, the author also observes the effectiveness of the use of media in the marketing process of the work by the Black Horses Band, so that it can affect the audience or the communicant. In looking at the object of research, the author uses qualitative methods, which are also collaborated with literature reviews, interviews with informants, and direct observations. As for supporting the argument, the author uses the theory of Klimovach and Koetzer, which discusses how to achieve effectiveness in communication strategies.

Keywords— *Communication Strategy, Broadcast Strategy, Social Media, Music, Black Horses.*

Abstrak—Media merupakan salah satu wadah yang digunakan untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi. Pada era ini, kemajuan teknologi turut membawa media ke arah yang lebih praktis yang mana menggunakan internet sebagai alat penyampaiannya. Kehadiran transformasi baru pada media menyebabkan kemudahan informasi untuk disampaikan dan didapat, sehingga perubahan dapat terjadi kapan saja dan dimana saja. Berangkat dari keefektifan penggunaan social media dalam proses penyampaian informasi, di sini peneliti mencoba membedah secara mendalam mengenai strategi komunikasi, yang menggunakan Band Black Horses sebagai objek penelitiannya. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi Band Black Horses yang dapat berkontribusi dalam ranah musik indie di Indonesia. Adapun, peneliti juga mengobservasi terkait efektifitas penggunaan media dalam proses pemasaran karya oleh Band Black Horses, sehingga dapat berpengaruh pada audience atau komunikan. Dalam menilik objek penelitian, penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang juga dikolaborasi dengan tinjauan literatur, wawancara terhadap informan, dan melakukan pengamatan secara langsung. Adapun sebagai pendukung argumentasi, peneliti menggunakan teori Klimovach dan Koetzer, yang membahas mengenai cara agar mencapai efektifitas dalam strategi komunikasi.131

Kata Kunci—*Strategi Komunikasi, Strategi Broadcast, Sosial Media, Musik, Black Horses.*

I. PENDAHULUAN

Musik merupakan salah satu instrumen penting dalam pengembangan kebudayaan manusia, yang mana musik dapat disatukan dengan seni lainnya dan menciptakan lapangan kerja yang luas. Bungin menjelaskan, bahwa kebudayaan populer lebih banyak berpengaruh pada kelompok muda (Agustiningih, 2017). Hiburan sendiri adalah sesuatu yang dimaksudkan untuk menghibur atau memikat orang dan salah satu alat hiburan adalah musik. Bermain musik dapat dilakukan secara individual atau solo dan juga dapat dilakukan secara bersama, yang lebih dikenal sebagai band. (Widiasanty, 2018).

Hal ini membuktikan, bahwa musik memegang peranan besar dalam perkembangan kebudayaan dunia. Adapun, sudah sejak lama manusia menggunakan musik sebagai sarana hiburan hingga ritus spiritual, di mana banyak kebudayaan yang meyakini bahwa musik dapat menghubungkan manusia dengan suatu entitas tertentu. Melalui ertumusik, manusia juga dapat menyebarkan informasi dari berbagai macam aspek kehidupan, hal inilah yang membuat manusia hingga saat ini terus berinovasi guna mengembangkan musik (Yovi Ardiviyanto, 2015).

Musik yang merupakan media dalam menyampaikan dan mendapatkan informasi. Dewasa ini, ikut serta dalam perkembangan teknologi, yang mana musik tidak hanya didistribusikan melalui media-media konvensional, melainkan juga melalui yang paling terbaru, yaitu media internet. Dengan adanya internet membuat era baru yang juga disebut era digital. Era digital membuat kondisi yang mana manusia mengandalkan pekerjaan kepada internet sekaligus membuat manusia menjadi ketergantungan. (Wijaya, 2020).

Jika menelusuri musik di era digital, rilisan fisik seperti Compact disc atau CD merupakan pintu masuk pertama yang melahirkan musik dengan format digital. Fungsi CD yang mampu menyimpan file audio dan setelahnya dapat didengarkan melalui perangkat-perangkat yang telah tersedia. Pentingnya kesadaran bahwa teknologi terus berkembang, serta terjadinya proses digitalisasi memberikan pengaruh terhadap industri musik.

Kemampuan internet dengan keunggulannya yang luar biasa dalam mengintegrasikan berbagai platform, yang mana dalam kasus ini ,budaya produksi dan konsumsi rilisan fisik tidak akan pernah hilang. Contoh di era ini, kehadiran digital Music Platform seperti Spotify, joox, apple music dan deezer semakin besar . (Putra and Irwansyah, 2019)

Berdasarkan latar belakang penelitian, dari lingkup teroris dan aplikatif objek penelitian, ada dua unsur pertanyaan mendasar dan krusial, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu, apa itu Strategi Komunikasi?, dan bagaimana Band Black Horses mengaplikasikan strategi komunikasi dalam menarik minat generasi muda Jakarta selatan?. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah memberikan pemahaman secara mendalam kepada pembaca mengenai strategi komunikasi dan relevansinya dalam menarik minat generasi muda.

Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi yang digunakan Black Horses sebagai grup band musik indie asal Jakarta yang menggunakan pendekatan komunikasi, di mana menekankan kredibilitas pesan atau tanda yang dimuat melalui Digital Platform sebagai Broadcasting Media untuk menginfluens para pendengarnya. Adapun dalam penelusurannya, peneliti menggunakan teori strategi komunikasi dari Klimovach dan Koetzer untuk memperkuat argumentasi, terkait dengan keberhasilan Black Horses dalam mengkomunikasikan karyanya terhadap para komunikan. Singkatnya, teori ini berfokus pada Planning, implementation, dan evaluation dari komunikator untuk mendapatkan strategi komunikasi yang efektif. Pertanyaan-pertanyaan ini membantu peneliti dalam menjelaskan dan menerangkan terkait dengan strategi, dan proses komunikasi yang digunakan oleh komunikator dalam membangun aktifitas komunikasi dengan komunikannya.

II. METODOLOGI

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang dilakukan secara utuh kepada subjek penelitian dimana terdapat sebuah fenomena yang menjadikan peneliti merupakan instrumen kunci dalam penelitian. Kemudian metode deskriptif sebagai metode untuk memecahkan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian. Alasan lain peneliti menggunakan metode yaitu untuk mendapatkan kongklusi yang valid dan natural, bersifat validitas yaitu pengamatan di lapangan untuk memperoleh pengetahuan tentang kehidupan langsung dari pelaku utama. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi band Black Horses untuk menarik minat generasi muda di Jakarta Selatan. Berlandaskan itu, peneliti membutuhkan sumber data dari narasumber/informan terkait.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu:

1. Observasi

Dalam tahap ini peneliti mengamati langsung yang terjadi di lapangan maupun Digital Platform yang

digunakan Band Black Horses dalam rangka pengumpulan data.

2. Wawancara Mendalam

Adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan terwawancara dengan maksud tertentu agar mendapatkan informasi-informasi yang dapat menunjang penelitian. Adapun pihak-pihak yang akan peneliti wawancarai adalah:

a. Key Informan

Nama : Aga Abdila (manager band Black Horses)

b. Informan utama

Nama : Julian Aditya K. dan Kevin Indriawan (*Founder* sekaligus *Drummer* dan *Gitaris* Band Black Horses)

c. Informan tambahan

Nama : Pandji Dharma (Pemilik Label Palm House Records)

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara lain untuk mendapatkan informasi. Peneliti dapat mencari data terkait Hal – Hal atau Variabel yang berbentuk catatan, transkrip, buku, dan sebagainya. Peneliti membutuhkan dokumen sebagai bukti otentik agar dapat menjadi pendukung suatu kebenaran (Herdiandah, 2019)

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang berlandaskan dengan fakta, peristiwa dan realita jadi bukan hanya rekayasa peneliti. Adapun yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini adalah Strategi komunikasi Band Black Horses untuk menarik minat generasi muda Jakarta selatan yaitu :

1. Perencanaan (Planning) Strategi Komunikasi band Black Horses.
2. Pelaksanaan (Implementation) Strategi komunikasi band Black Horses.
3. Evaluasi (Evaluation) Strategi Komunikasi band Black Horses.

Tahap awal yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mengatur jadwal wawancara dengan informan, kemudian di tahap kedua penelitian hanya memfokuskan kepada satu permasalahan yang akan diteliti, masuk kedalam metode penelitian dengan tahap observasi, wawancara, dan studi dokumentasi sehingga peneliti dapat menganalisis kembali data yang telah diperoleh. Selanjutnya dalam penelitian ini dilakukan pembahasan terhadap perolehan data yang sudah didapatkan, sehingga dapat menarik kesimpulan ditahap selanjutnya.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian selama proses observasi dan wawancara, didapatkan temuan mengenai fokus penelitian yaitu strategi komunikasi band Black Horses untuk menarik minat generasi muda Jakarta selatan. Dalam penelitian ini digunakan teori Klimovach dan Koetzer yang memiliki tiga tahapan untuk

mencapai strategi komunikasi yang efektif :

A. *Perencanaan (PLANNING)*

Perencanaan merupakan suatu cara atau proses untuk mencapai suatu konklusi yang sistematis. Secara lebih mendalam, perencanaan memiliki berbagai macam tujuan, pertama dengan membuat perencanaan seorang komunikator dapat mengetahui apa yang hendak dituju. Kedua, dengan adanya perencanaan komunikator dapat memperkecil kemungkinan untuk gagal karena segala kemungkinan telah direncanakan, sehingga membuat komunikator tetap dapat fokus pada tujuan awal. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa perencanaan sangatlah dibutuhkan bagi komunikator dalam menjalankan segala kegiatan.

Dalam hal ini, Black Horses sebagai sarana komunikasi juga memiliki perencanaan dalam menyampaikan karya-karya yang dibuatnya. Aga selaku manager mengungkapkan bahwa segala karya diupayakan untuk dapat dimengerti dan diterima oleh kusir, yang merupakan sebutan akrab untuk para pendengar Black Horses. Dalam hasil wawancara, peneliti menemukan bahwa para informan memiliki berbagai macam perspektif dalam membentuk suatu sistematis perencanaan yang menjadikan ciri dari band Black Horses. Kevin yang merupakan informan utama menyebutkan “70-an merupakan era ke-emasan bagi musik rock, musik rock yang dimainkan dengan jujur tanpa adanya skenario dan campur tangan teknologi berlebih” Berangkat dari semangat tersebutlah Black Horses mencoba untuk menyampaikan pesan kepada khayalakyat agar tidak terlalu bergantung pada teknologi dan lebih mengedepankan pengasahan bakat dengan latihan yang tekun juga penuh tekad.

Lebih lanjut tidak hanya berpaku pada unsur musik saja, namun band ini juga mengedepankan lirik, karena lirik sendiri merupakan bagian dari bentuk pesan yang digunakan untuk mengkomunikasikan apa yang dipikirkan dan dirasa. Dalam wawancara, Kevin menyampaikan bahwa “pembuatan lirik lagu yang didasari oleh pengalaman yang kita rasakan lalu kita maknai dengan sejujur mungkin dan aksi panggung yang bergairah merupakan senjata utama kami di setiap pertunjukan”. Aga dalam perencanaan-nya, menjelaskan tentang bagaimana band indie Black Horses sebagai komunikator dapat memastikan penyampaian pesan yang berwujud lagu dapat diterima oleh kusir dan khalayaknya lainnya, guna dapat menggerakkan masyarakat dengan spirit dan vibes 70-an di era sekarang. Adapun lirik – lirik yang diciptakan band Black Horses selalu menggunakan bahasa Inggris. Namun bukan tanpa alasan, di sini Kevin memberikan penjelasan bahwa bahasa Inggris merupakan bahasa internasional dan Ia menginginkan karya Black Horses tidak hanya dipahami orang Indonesia saja, melainkan seluruh dunia.

Dari hal lain, Black Horses hadir dengan nuansa yang berbeda, yang mana mereka berusaha membuat sesuatu tren oldies, yang mengadaptasi dari lifestyle era 70-an dan menerapkannya di era sekarang. Hal ini menunjukkan bahwa

Black Horses selaku komunikator tidak hanya berfokus pada isi karya, melainkan juga ingin mengembalikan suatu gelombang tren yang pernah terjadi di era 70-an. “you dress to kill” merupakan kata yang Aga selalu tanamkan kepada black horses agar menciptakan suatu image yang melekat di masyarakat bahwa Black horses merupakan grup yang berkarakter khusus.

Aga juga menambahkan bahwa band yang baik adalah band yang dapat menggerakkan penonton maupun masyarakat. Dengan kata lain, band bukan hanya terikat pada musik saja, melainkan juga ada faktor sosial yang tidak terlepas dari rangkaian musik itu sendiri. Dengan demikian, peneliti merasa bahwa Black Horses telah memiliki perencanaan terkait ciri atau karakter yang menjadikan hal tersebut sebagai identitas, adapun hal ini sangatlah penting dalam pembentukan suatu grup, agar pesan yang hendak disampaikan dapat lebih mudah diidentifikasi oleh khalayak ramai.

Lebih lanjut, dari segi perencanaan digital sebelum mengunggah sebuah konten ke sosial media, Aga membuat penjadwalan, yang mana, hal ini membantu komunikator untuk mengetahui kapan waktu yang tepat untuk mengunggah sebuah konten. Dari perspektif lain, Jul selaku Drummer memberikan penjelasan bahwa strategi komunikasi sendiri Black Horses memiliki 2 output utama. Pertama, dalam proses pembuatan pesan atau lagu dan yang kedua adalah bagaimana media sosial yang digunakan sebagai alat untuk mendistribusikan pesan kepada komunikan. Berdasarkan observasi, Black Horses yang berada di posisi komunikator memilih untuk menggunakan social media instagram untuk menyiarkan pesan kepada pendengar dan khalayak lainnya. “kalau kita menelan mentah-mentah rock 70an, tentu kita tidak akan menggunakan sosial media” pungkas Jul.

Hal tersebut menunjukkan, bahwa meskipun Black horses membawa nuansa 70-an, namun tidak menolak sepenuhnya penggunaan teknologi dan menjadikan hal tersebut sebagai bagian dari strategi komunikasi berbentuk digital, namun tetap dengan nuansa 70-an. Dimulai dari konten karya musik yang sudah tersedia di digital platform, aksi panggung setelah pertunjukan, dan kegiatan yang dilakukan di luar aktifitas bermusik merupakan strategi komunikasi yang cukup efektif bagi band Black Horses sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik dengan komunikan. Di sini juga Julian yang dipercaya sebagai praktisi dalam meng-edit sebuah foto maupun video. Untuk menambah karakteristik foto Jul memilih warna yang warm, pastel dan warna-warna muda yang tidak solid di setiap konten. Khusus video yang akan diunggah, Jul menambahkan Gran Noise, yang bertujuan untuk menciptakan kesan vintage di setiap konten.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti temukan, berdasar pada penjelasan pandji bahwa kinerja sebuah label sangatlah membantu perencanaan sebuah band. Lebih lanjut, pandji juga menyampaikan kinerja Palm House Record sebagai label indie adalah untuk mendukung kebutuhan band black horses untuk mendapatkan major label. Selain

itu, label indie juga mempersiapkan alat-alat yang sesuai dengan kebutuhan dan kriteria band black horses. Bahkan, secara totalitas ketika proses rekaman lagu black horses, Pandji mengeluarkan koleksi alat musik 70-an seperti gitar les paul gibson untuk mendapatkan tone yang diinginkan, sehingga dapat menambah kepuasan para pendengar lagu band Black Horses. Di luar dari itu Pandji menambahkan bahwa pentingnya mempersiapkan strategi komunikasi yang matang bagi pelaku ekonomi kreatif, agar mampu menghadapi perkembangan industri kreatif di dunia khususnya Indonesia.

B. Pelaksanaan (IMPLEMENTATION)

Berangkat dari sub-bab sebelumnya, kita telah mengetahui bahwa Black Horses memiliki serangkaian perencanaan strategi komunikasi, guna dapat diterima oleh komunikan dengan baik dan dapat menjalin hubungan dengan komunikan. Pada pelaksanaan strategi komunikasi, Black Horses sebagai sarana komunikasi berupaya untuk dapat berinteraksi dalam setiap aksi panggungnya. Selalu menggunakan atribut 70-an di off stage maupun on stage yang merupakan salah satu bentuk strategi komunikasi band indie Black horses. Dari segi pelaksanaannya, band black horses mengunggah foto poster terlebih dahulu yang berisi para personel serta video pre dan post event setelah tampil ke dalam sosial media Instagram band indie Black Horses.



Gambar 1. Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi BlackHorses

Sumber: Akun instagram @blckhorses, 2020.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang di dapat, Aga selaku manager mengunggah konten pada waktu prime time yaitu pada hari Selasa, Jumat, Sabtu, dan Minggu pada jam 3 sampai 6 sore. Adapun konten-konten tersebut dapat berupa karya terbaru, aktifitas, dan Merch. Pengunggahan konten-konten tersebut tidak hanya berfokus pada media tertentu saja, melainkan juga di berbagai macam platform. Sebagai contoh, karya musik terbaru yang hendak diunggah dapat ditempatkan di media-media potensial, seperti Spotify, I-Tunes, Youtube, Joox, dan berbagai platform lainnya, menyesuaikan dengan konten apapun yang hendak diunggah. Dalam melancarkan penerapan strategi komunikasi tersebut yang Black Horses juga menggunakan fitur-fitur yang ada di sosial media seperti halnya fitur promote pada Instagram, yang memudahkan

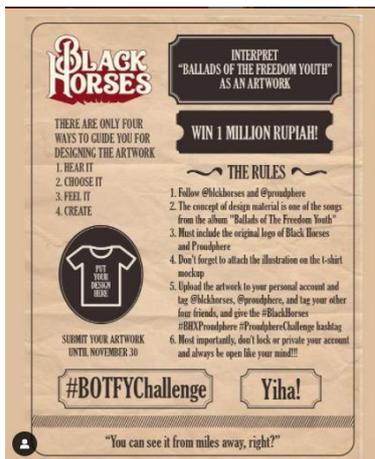
untuk mencapai tujuan strategi komunikasi. Berdasarkan observasi dan penjelasan Aga untuk menciptakan hubungan dengan para komunikan, dalam pelaksanaannya Black Horses turut menjawab para komunikan di kolom comments Instagram. Menurut Jul “ dengan ini terjalin suatu komunikasi 2 arah, yang bertujuan untuk menciptakan stakeholder antara komunikan dan komunikator “. Dalam kegiatan ini, Black Horses menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh para komunikan dan hal ini kerap dilakukan secara rutin.



Gambar 2. Komunikasi BlackHorses dengan Para Komunikan

Terlihat bahwa dengan mengunggah foto dan video secara rutin menjadi bentuk pembinaan hubungan agar strategi komunikasi yang ingin disampaikan dapat tercapai dengan baik. Maka Black Horses juga berinteraksi dengan pengguna media sosial melalui kolom komentar yang ada di Instagram. Dalam hal ini, bentuk interaksi komunikasi dari Black horses bersifat persuasif. Terlansir dari supermusic.id, Black Horses disebut sebagai “ warna baru untuk musik rock indonesia” dan dianggap mampu untuk “ menyajikan visualisasi setiap video klip dan aksi panggung ala-ala 70-an “.

Pandji sebagai pemilik label, untuk menambah mengikat interaksi terhadap audiens, Ia juga turut menjual merchandise disetiap Performances kelompok musik ini. Pandji meyakini bahwa setiap atribut yang digunakan oleh para pendengar, membantu band black Horses dalam melancarkan strategi komunikasi-nya. Dalam sebuah pelaksanaan, Black Horses membuat sebuah kompetisi yang memiliki reward bagi para pengguna sosial media lewat akunnya untuk mendesign kaos merch band Black Horses guna untuk menambah kedekatan hubungan antara Black Horses dan pendengar.



Gambar 3. Perilisan Album Pertama Black Horses

Sumber: Akun instagram @blckhorses, 2020

Selain pelaksanaan strategi komunikasi dalam ranah digital, Black Horses juga menerapkan secara langsung, yang mana dapat dilihat pada setiap pertunjukan, para personel kerap menyapa dan berbincang kepada penonton yang hadir untuk menciptakan image dan menjalin hubungan baik dengan komunikasi. Pada saat pesta perilisan single terbaru mereka, bentuk interaksi terjadi antara Black Horses dan para penonton yang berhasil diabadikan menjadi foto dan video dan diunggah di akun instagram @blckhorses pada Selasa, 23 Desember 2021. Salah satu interaksi langsung yang dilakukan Black Horses, mereka menyiapkan rundown, yang mana selalu menempatkan lagu horseman di urutan terakhir. Hal tersebut dikarenakan suasana lagu ini membuat banyak terjadi interaksi langsung dari Black Horses terhadap para penonton. Interaksi yang dilakukan band Black Horses yaitu body surfing dengan para penonton, ditambah dengan para penonton yang mengangkat Kevin sang gitaris untuk menambah aksi panggung yang memukau.

Gambar 3. Dalam pesta perilisan album pertama yang digunakan Black Horses untuk membuat challenge mendesign kaos merch Black Horses, dari akun intstagram @blckhorses, 2020.



Gambar 4. Hiruk pikuk penonton yang memadati salah satu bar yang menjadi tempat perlehatan Release Party single Before The Flame

Sumber: Akun instagram @blckhorses, 2020

Hal ini menjadi bukti nyata bahwa strategi komunikasi yang dilakukan band Black Horses merujuk pada panggung offstage dan onstage. Julian juga menambahkan bahwa strategi yang diterapkan ialah bagaimana untuk selalu sadar akan penonton yang telah hadir untuk menyaksikan Black Horses. Pendapat yang sama pun dikemukakan oleh pandji, dimana interaksi serta aksi panggung dari Black Horses merupakan bentuk strategi komunikasi yang terencana dengan baik.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan pada tahun 2021, kehadiran covid-19 yang menjadi suatu momok menakutkan terutama untuk band Black Horses yang mana mereka bekerja didunia hiburan. Covid-19 menjadi suatu bahasan menarik untuk strategi komunikasi yang dilakukan band black horses. Pertama, pandji selaku pemilik label megaku menggunakan waktu pandemic untuk tampil 1 kali secara live streaming yang mana menggaet band ternama mooner. Walaupun tidak dilakukan sesuai agenda yang biasa dilakukan sebelum pandemic, “ setidaknya featurig dengan mooner mendapat perhatian lebih dari masyarakat dari pada memaksakan live streaming ber ulang-ulang dan tidak ada perubahan ” pungkas pandji . Terlihat bahwa Black Horses tetap berusaha dalam setiap keadaan, Black Horses tetap sadar akan sebuah tantangan yang memaksa untuk merubah strategi komunikasi yang sudah dirancang.

Hal ini menjadi bukti nyata bahwa strategi komunikasi yang dilakukan band Black Horses merujuk pada panggung offstage dan onstage. Julian juga menambahkan bahwa strategi yang diterapkan ialah bagaimana untuk selalu sadar akan penonton yang telah hadir untuk menyaksikan Black Horses. Pendapat yang sama pun dikemukakan oleh pandji, dimana interaksi serta aksi panggung dari Black Horses merupakan bentuk strategi komunikasi yang terencana dengan baik.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan pada tahun 2021, kehadiran covid-19 yang menjadi suatu momok menakutkan terutama untuk band Black Horses yang mana mereka bekerja didunia hiburan. Covid-19 menjadi suatu bahasan menarik untuk strategi komunikasi yang dilakukan band black horses. Pertama, pandji selaku pemilik label megaku menggunakan waktu pandemic untuk tampil 1 kali secara live streaming yang mana menggaet band ternama mooner. Walaupun tidak dilakukan sesuai agenda yang biasa dilakukan sebelum pandemic, “ setidaknya featurig dengan mooner mendapat perhatian lebih dari masyarakat dari pada memaksakan live streaming ber ulang-ulang dan tidak ada perubahan ” pungkas pandji . Terlihat bahwa Black Horses tetap berusaha dalam setiap keadaan, Black Horses tetap sadar akan sebuah tantangan yang memaksa untuk merubah strategi komunikasi yang sudah dirancang.

C. Evaluasi (EVALUATION)

Pada sub bab sebelumnya telah dijelaskan mengenai penerapan rencana-rencana band Black Horses untuk mencapai tujuan akhirnya. Dalam sub-bab ini, Kevin

menjelaskan bahwa evaluasi dilakukan setelah perencanaan yang sudah diimplementasikan, lebih jelasnya evaluasi adalah suatu kegiatan untuk mengukur apakah strategi komunikasi yang sudah diterapkan dapat mencapai yang diharapkan. Kesadaran akan waktu dan kondisi yang dapat berubah-ubah, Kevin selaku komunikator menyampaikan bahwa perlu untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan, yang mana dapat menjadi suatu bahan evaluasi band Black Horses.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, band Black Horses menggunakan waktu setelah latihan bersama sesuai dengan agenda yang Aga buat, guna untuk mengevaluasi kembali perencanaan yang sudah diterapkan. Dari hasil evaluasi yang didapat, mereka membuat perencanaan baru yang sesuai dengan kondisi dan juga merencanakan aktivitas band kedepannya. Untuk membantu kegiatan evaluasi, aga membuat sebuah profile band dalam bentuk power point guna untuk melihat pencapaian sekaligus evaluasi dari fitur-fitur yang terdapat pada digital platform yang digunakan.

Penggunaan fitur-fitur yang terdapat pada digital platform, diakui Aga sebagai alat untuk mengevaluasi strategi komunikasi band Black Horses. Band Black Horses sendiri tidak menutup diri untuk menggunakan internet, walaupun mengambil musik dan beberapa budaya 70-an. Maka dari itu, Aga membuat Profile Band yang bertujuan untuk kelancaran proses strategi komunikasi band Black Horses. Profil band yang berisikan tentang pencapaian dari karya yang dicapai, Instagram demonstration, DSP insight, sampai Psychographic segmentation yang bertujuan untuk memudahkan band Black Horses untuk mengevaluasi strategi komunikasinya.



Gambar 5. Insight Instagram yang membantu proses evaluation band indie Black Horses.

Black Horses menggunakan fitur insight yang terdapat pada salah satu digital platform, yaitu Instagram. Berdasarkan observasi, Wilayah Jakarta menduduki persentase tertinggi yang sering mengunjungi Instagram Black Horses dengan persentase sebesar 27,1 % yang diikuti Depok dengan 5,4% dan Bandung 5,1%. Sementara itu, berdasarkan gender, laki-laki lebih banyak mengunjungi Instagram Black Horses dengan persentase sebesar 91% dan diikuti perempuan dengan 9%. Berdasarkan persentase rentang usia, umur 25-34 tahun lebih banyak mengunjungi Instagram Black Horses dengan persentase sebesar 42,6% dan diikuti oleh pendengar rentan umur 18-24 tahun yang berjumlah 41,6 persen. Pengunjung Instagram Black Horses pun lebih banyak menjangkau postingan dari pada cerita, video, dan reels. Selain menjadi media untuk menyiarkan pesan berupa

konten-konten, Terlihat bahwa fitur insight pada Instagram dapat membantu kegiatan evaluasi band Black Horses. sementara itu, Black Horses juga menggunakan fitur yang dinamakan Digital Streaming Platform Insight untuk mengevaluasi dari segi karya musik yang disiarkan pada digital platform seperti Spotify.



Gambar 6. . DSP Insight Spotify Band Black Horses.

Black Horses juga menggunakan dengan sebaik mungkin fitur DSP yang terdapat pada Spotify. Dapat dilihat bahwa rentan umur 18-22 tahun lebih banyak mendengarkan karya-karya musik band Black Horses dengan persentase sebesar 40%. Dari banyaknya kusir-kusir yang menghadiri Gigs band Black Horses, peneliti juga menemukan dampak dari strategi komunikasi band Black Horses, yang mana aktifitas atau kebiasaan yang digemari merupakan anggota club motor, kolektor vinyl & cassette, hingga para pendaki gunung.



Gambar 7. Psychographic Segmentation Band Black Horses.

Berdasarkan observasi, terlihat bahwa pesan dalam karya musik band Black Horses memberikan dampak bagi para penonton. Berusaha untuk sejujur mungkin dalam menyampaikan pesan, lirik-lirik dalam karya yang dibuat berdasarkan pengalaman yang dirasakan dapat membuat para kusir tergerak seperti pada salah satu lirik Black Horses berjudul Martyr. kendala-kendala yang dihadapi seperti gangguan teknis maupun kesalahan yang terjadi dalam memposting sebuah pesan dapat terjadi sewaktu waktu, maka penggiatan evaluasi yang terjadwal merupakan hal yang dilakukan mendapatkan hasil kembali.

Pada proses nya, Kevin menyampaikan bahwa permainan Black Horses yang akan didengar dan dilihat Audience harus dapat menimbulkan perseptif bahwa Black Horses memang mengayom musik rock 70-an dengan baik. Bermain musik dengan jujur dan senang hati ,yang mana mereka menggunakan pendengaran mereka untuk merasakan lagu yang mereka mainkan dan mengkajinya kembali. Disini Kevin mencoba untuk menjelaskan bahwa Intropeksi diri merupakan salah satu bentuk dari kegiatan evaluasi dalam strategi komunikasi, yang mana ketika evaluasi sudah dilakukan akan menjadi sebuah bentuk

perencanaan kembali. Tentu dari hal-hal yang dijelaskan Kevin dalam proses pembuatan pesan adalah salah satu bentuk kegiatan evaluasi yang pernah dilakukan untuk mendapatkan strategi komunikasi yang baik.

Untuk mencapai tujuan akhir band Black Horses, menurut Pandji penting bagi musisi dan label untuk memperhatikan semua elemen penting dalam industri musik seperti konten musik itu sendiri, strategi komunikasi, marketing & business plan, hingga persoalan hukum, guna membantu untuk mencapai tujuan akhir.

Dari hasil analisis data wawancara dan observasi, dapat terlihat bahwa strategi komunikasi dari band indie Black Horses telah memenuhi tiga komponen yaitu Planning, Implementation, & Evaluation (Klimova and Coetzer, 1992). Yang mana (Effendy, 1981) menjelaskan bahwa untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menjelaskan taktik operasionalnya.

Band Indie Black Horses sudah memiliki strategi yang mengkombinasikan elemen-elemen penting yang di mulai dari komunikator itu sendiri, pesan, saluran (media), komunikan, dan juga pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan dari strategi komunikasi itu sendiri. Strategi ini juga merupakan serangkaian aktivitas yang sudah direncanakan dengan menggunakan teknik pada jangka waktu dan kondisi tertentu (Kania, 2018)

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan strategi komunikasi digital dalam bentuk media sosial merupakan cara berkomunikasi yang mudah dibentuk, dikemas, dan disajikan, selain itu pesan digital mampu menimbulkan keterikatan antara komunikator dan komunikan dari waktu dan jarak yang berbeda. Dalam proses yang dilakukan band Black Horses, komunikasi secara digital memang lebih efektif dan efisien serta mempercepat proses pelaporan sehingga dapat ditindaklanjuti. Tidak hanya itu Black Horses juga membangun ikatan lewat media sosial dengan para pendengar (kuser) karena peran media sosial dalam menyampaikan kinerja Band ke public. Pesan – pesan yang disampaikan melalui media sosial untuk disebar ke ruang publik merupakan tahapan dari komunikasi massa dapat memperlancar strategi yang dilakukan. Strategi yang dilakukan memberikan suatu gambaran untuk mempelajari tingkah laku para pendengar.

Peneliti menyarankan kepada band Black Horses untuk menggunakan digital platform semaksimal mungkin dan memperluas informasi agar dapat tersampaikan ke seluruh masyarakat, serta diharapkan agar meningkatkan kualitas SDM pada manajemen dan crew band Black Horses untuk melakukan inovasi lebih dalam untuk meningkatkan minat masyarakat agar dapat mencapai hasil yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agustiningih (2017). Lifestyle Construction Through Music as a Product of Popular Culture, 6(2), 17-18. Retrieved from <http://jurnal.kwikkiangie.ac.id>

- [2] Dewatara, G. W. and Agustin, S. M. (2019) Pemasaran Musik Pada Era Digital Digitalisasi Industri Musik Dalam Industri 4.0 Di Indonesia, WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 18(1).doi:10.32509/wacana.v18i1.729
- [3] Effendy, U. and Onong (1981) Dimensi - Dimensi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [4] Effendy and Uchjana, O. (1993) Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- [5] Eva, M. and Rumapea, M. (2019). Tantangan Pembelajaran Musik pada Era Digital Challenges of Learning Music in Digital Era. 101–110.
- [6] Herdiansah, H. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional dan Kontemporer. Jakarta: Salemba Humanika.
- [7] Kania, I. (2018). Strategi Komunikasi, Strategi Komunikasi (pp. 91) Bandung.
- [8] Klimova, L. and Coetzer, B. (1992). Communication planning tools: IEEE AFRICON Conference, 634–636. doi: 10.1109/AFRCON.1992.624564.
- [9] Putra, R. M. and Irwansyah, I. (2019). Musik Rilis Fisik Di Era Digital: Musik Indie Dan Konsumsi Rilis Fisik Musik Fisik. Jurnal Komunikasi, 11(2), 128- 130. doi: 10.24912/jk.v11i2.4062.
- [10] Schwab, K. (2018). The Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0) a Social Innovation Perspective. Tap chí Nghiên cứu dân tộc, 7(23), 12–21. doi: 10.25073/0866-773x/97.
- [11] Uchjana, O. and Effendy (2007). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [12] Widiasanty, G. (2018). Strategi Manajemen Komunikasi Mempertahankan Reputasi. Inter Komunika: Jurnal Komunikasi, 3.
- [13] Wijaya, Y. (2020). Strategi Star Radio Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Upaya Mempertahankan Audience Di Era Digital. Pantarei, 4(03), 12-15. Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/>
- [14] Yovi Ardiviyanto (2015). Perkembangan Musik Rock Di Kota Malang 1970- 2000-an. KAJIAN GLOBALISASI DAN EKSISTENSI SOSIAL-BUDAYA, 6(1), 53–69.