

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan memanfaatkan proses kreatif yang unik, Grup Musik Titi Laras berhasil menarik perhatian audiens di Surabaya. Dengan mencampurkan elemen-elemen musik tradisional keroncong, dangdut, dan musik Latin ke dalam musik pop, mereka menciptakan suara yang segar dan menarik bagi audiens mereka. Selain itu, keterlibatan aktif dalam media sosial dan influencer juga membantu mereka memperluas jangkauan dan membangun hubungan yang erat dengan penggemar mereka. Hasilnya, Titi Laras telah sukses menciptakan ikatan yang kuat dengan audiens, memperkuat kehadiran mereka dalam industri musik dan membuktikan bahwa kreativitas yang inovatif dapat menjadi kunci kesuksesan dalam menarik minat generasi muda.

B. Saran

Setelah memperoleh hasil penelitian didapatkan saran untuk ke depannya yaitu mengeksplorasi lebih lanjut aspek psikologis dari audiens terhadap musik dan proses kreatif yang digunakan oleh Titi Laras. Ini bisa meliputi motif di balik preferensi musik audiens, persepsi mereka terhadap kreativitas, dan bagaimana hal itu memengaruhi persepsi mereka terhadap grup musik. Selain itu dapat melakukan analisis perbandingan antara proses kreatif dan capaian Titi Laras dengan grup musik lain yang juga menargetkan audiens di Surabaya atau wilayah yang serupa. Ini dapat memberikan wawasan tambahan tentang apa yang membuat Titi Laras

berhasil dalam menarik audiens. Saran selanjutnya dapat mengeksplorasi lebih lanjut dampak sosial dan budaya dari keberhasilan Titi Laras dalam menarik audiens. Ini termasuk melihat bagaimana musik mereka memengaruhi identitas budaya lokal, apakah mereka mempromosikan pesan-pesan tertentu, dan dampaknya terhadap komunitas lokal di Surabaya.



DAFTAR PUSTAKA

- Banoe, P. (2003). *Kamus Musik*. Yogyakarta: Kanisius.
- Budiman B.J. (1979). *Mengenal Kroncong Dari Dekat*. Jakarta: Perpustakaan Akademi Musik LPKJ.
- Cahaya Widyanta, N. (2017). *Efektivitas Keroncong Garapan Orkes Keroncong Tresnawara Terhadap Audiensi Generasi Muda*.
- Fachrullah, F. (2020). *Teknik Dasar Memainkan Drum Di Yamaha Music School Cokroaminoto Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Jati, G. B., & Rusdi, F. (2021). Strategi Pemasaran Musisi Indie dalam Industri Musik Indonesia (Analisis terhadap Adhithia Sofyan). *Prologia*, 5(2), 218-222.
- Lestari, E. D., & Hasfi, N. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Musik Independen “Album Generation Y” Kunto Aji. *Interaksi Online*, 7(4), 246-259.
- Muhammad, A (2023). Rilis Lagu ke 2, Titi Laras Ingin Keroncong Dikenal Gen Z. Berita Jatim. <https://beritajatim.com/ragam/rilis-lagu-ke-2-titi-laras-ingin-keroncong-dikenal-gen-z/>
- Parsons, T. (2005). *The Social System*. e-Library : Taylor & Francis Group
- Prasetyo, W. E. (2017). *Pembentukan Identitas Kelompok Pada Grup Musik Keroncong Liwet di Kota Surabaya*. Doctoral dissertation, Universitas Airlangga.
- Qurrata A’yun, W., Rachman, A., & Inovasi, K. K. (2019). Keroncong In Jamaican Sound” Sebuah Inovasi Dalam Melestarikan Musik Keroncong Di Bandung. (Vol. 8, Issue 1). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jsm>
- Ramadhani, F. A., & Rachman, ; Abdul. (2019). Resistensi Musik Keroncong Di Era Disrupsi : Studi Kasus Pada O.K Gita Puspita Di Kabupaten Tegal Resistance Of Keroncong Music In Disruption Era: Case Study On O.K Gita Puspita In Tegal District (Vol. 1).
- Rachman, A., & Utomo, U. (2018). “Sing Penting Keroncong”: Sebuah Inovasi Petunjukkan Musik Keroncong Di Semarang. *Jurnal Pendidikan Dan Kajian Seni*, 3(1).
- Rhodes, M. (1961). An Analysis of Creativity. In *Source: The Phi Delta Kappan* (Vol. 42, Issue 7).

Soeharto, A.H., *Serba-Serbi Keroncong*, (Jakarta: Musika, 1996), hlm. 100-103.

Tolah, A. F. (2014). Proses berkarya grup musik distorsi akustik. *Catharsis*, 3(2).

W.Creswell, J. (2013) *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches*. SAGE.

