

JURNAL TUGAS AKHIR

MUSIK INDONESIA DALAM PROMOSI

MELALUI RADIO RETJO BUNTUNG YOGYAKARTA

SKRIPSI MUSIKOLOGI MUSIK
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana Strata 1
Progam Studi Seni Musik



Oleh:

Firman Adi Saputra
NIM. 1211862013

JURUSAN MUSIK
FAKULTAS SENI PERTUNJUKKAN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2018

MUSIK INDONESIA DALAM PROMOSI MELALUI RADIO RETJO BUNTUNG YOGYAKARTA

Firman Adi Saputra¹. Victorious Ganap². Sukatmi Susantina³.

¹Alumni Jurusan Musik FSP ISI Yogyakarta
Email: firmanvio18@gmail.com

²Dosen Jurusan Musik FSP ISI Yogyakarta

³Dosen Jurusan Musik FSP ISI Yogyakarta

Abstract

The positive development of technology has made a big difference in the method of music promotion from what it was. Media promotion used to be newspapers, magazines, brochures, and also recital concerts. Radio had been used by Indonesian people as one of the media to connect the people between the warriors to achieve the independence during the war. As time passes by, the positive development of technology has been improving. By this positive development, Indonesian music becomes very popular among the people all over the country. This research is aimed to identify how music promotion works by Retjo Buntung radion and to understand the strategy of music promotion through a radio. The method of this research is a qualitative method by doing observations and interviews. The data were taken from the chief, the music director, and the marketing staffs of Retjo Buntung radio. After the observations had been done, the researcher concluded that Indonesian music plays a big role in Retjo Buntung Yogyakarta where Indonesian music has got a correlation in the radio development. Indonesian music plays a role as the mian material in Retjo Buntung operation, while Retjo Buntung radio plays a role as Indonesian music promotion media.

keywords : Indonesian music, promotion, radio.

Abstrak

Adanya kemajuan teknologi membuat perkembangan promosi musik yang ada di Indonesia sangat jauh berbeda dengan metode yang dulu pernah dilakukan. Media promosi yang dahulu pernah digunakan adalah surat kabar, majalah, brosur, dan juga konser resital. Dahulu radio sudah digunakan masyarakat Indonesia, sebagai salah satu fungsi alat penghubung yang digunakan oleh para pejuang Indonesia untuk meraih kemerdekaan. Seiring berjalannya waktu, kemajuan teknologi pun semakin canggih di Indonesia. Kini dengan adanya kemajuan teknologi seperti, musik Indonesia pun terbantu untuk semakin dikenal oleh seluruh masyarakat Indonesia dari berbagai daerah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara promosi karya musik melalui radio Retjo Buntung dan memahami strategi promosi musik melalui media radio. Metode yang dilakukan adalah metode kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara. Narasumber penelitian adalah pimpinan, *music director*, dan *marketing* Radio Retjo Buntung. Setelah observasi dilakukan, penulis mengambil kesimpulan bahwa musik Indonesia memegang peranan yang sangat penting untuk radio Retjo Buntung Yogyakarta, di mana musik Indonesia mempunyai hubungan timbal balik dalam perkembangan radio. Musik Indonesia berperan sebagai materi utama operasi radio Retjo Buntung, sedangkan radio Retjo Buntung berperan sebagai media promosi musik Indonesia.

kata kunci: musik Indonesia, promosi, radio

PENDAHULUAN

Di Indonesia, musik mempunyai peran sendiri dalam kegiatan agama, budaya maupun hiburan. Pesan yang berbeda dalam setiap melodi akan membuat pendengar semakin penasaran dengan makna yang disampaikan. Tak jarang banyak masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan menyukai musik sebagai salah satu hal yang mampu menghibur isi hati.

Awalnya tujuan musik diciptakan adalah untuk mengucap syukur kepada Tuhan dan menghibur masyarakat luas. Sebuah karya cipta mempunyai makna dan karakternya masing-masing sesuai dengan gaya komposernya. Karakteristik tersebutlah yang membawa sebuah karya musik mempunyai hasil interpretasi yang berbeda dan membuat penikmat musik menyukainya.

Proses penciptaan memerlukan sebuah ide kreatifitas dan kualitas yang baik untuk komposer memahami karakter instrument musik yang ada. Tentu proses penciptaan membutuhkan banyak tenaga, waktu, dan sumber ide yang akan dituangkan. Untuk itu sebuah pencapaian dalam proses karya cipta sangatlah diperlukan, sebagai bentuk apresiasi terhadap karya cipta yang dibuat.

Musik yang diciptakan untuk menghibur masyarakat luas pasti akan memberikan sesuatu yang bermanfaat bagi seorang pencipta. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa musik dapat memberikan sebuah keuntungan bagi seorang komposer. Keuntungan yang dimaksud dapat berupa profit tertentu dari hasil kerja keras membuat suatu karya musik.

Untuk mendapatkan sebuah keuntungan dari hasil karya cipta tentu harus diimbangi dengan strategi pemasaran karya musik yang baik. Strategi pemasaran yang tepat akan membawa dampak yang baik pula untuk kesejahteraan seorang komposer. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah promosi karya musik.

Promosi merupakan bagian terpenting dalam proses untuk mendapatkan sebuah keuntungan. Saat ini promosi karya musik dapat dilakukan dengan roadshow, memasang iklan, dan melakukan promosi melalui media cetak, radio, dan televisi.

Saat ini radio merupakan salah satu media yang paling mudah ditemui dimana saja dari semua kalangan lintas usia dan jenis kelamin. Para pendengar radio merupakan individu-individu yang memiliki ketertarikan mendengarkan radio mulai dari program-program yang menarik dan gaya penyiar radio dalam menyampaikan informasinya.

Dalam proses promosinya seorang komposer dapat menggunakan radio sebagai salah satu media yang paling efektif dan efisien. Hal itu dapat dilihat dengan masih banyaknya nama musisi besar yang menggunakan radio sebagai media promosinya terbukti sukses mendongkrak industri musik Indonesia. Sebagai contoh Melly Goeslaw, Isyana, dan Raisa Andriana yang sangat gencar menggunakan radio sebagai salah satu media promosinya. Hingga saat ini selain mendapat berbagai penghargaan, lagu mereka juga masih eksis mewarnai industri musik Indonesia.

Radio dalam sebuah industri mempunyai peran penting dan menjadi salah satu strategi promosi agar membawa hasil yang memuaskan. Namun tak sedikit kalangan artis maupun pemusik pendatang baru yang seing mengesampingkan promosi melalui radio. Promosi melalui radio dianggap kegiatan yang sulit untuk dilakukan, banyak syarat dan prosesnya yang susah. Padahal banyak musisi papan atas sukses berkat promosi yang dilakukannya melalui radio.

Pendapat ini tentu saja menjadi menjadi contoh tersendiri dan peluang yang baik bagi mahasiswa/i ISI (Institut Seni Indonesia) Yogyakarta dalam memasarkan hasil karyanya sehingga tidak berhenti di hasil karya cipta tersebut, tetapi dipromosikan melalui radio sehingga dapat dinikmati oleh semua khalayak. Dari hal itu akan didapatkan keuntungan tersendiri bagi yang menciptakan.

Berkembangnya industri penyiaran membuat musik Indonesia semakin digemari banyak masyarakat lokal sebagai sarana penghibur saat senang maupun sedih. Hingga saat ini banyak stasiun televisi dan radio yang memberikan sajian musik Indonesia sebagai materi siarannya. Keduanya berjalan beriringan, musik menjadi materi siaran dan radio sebagai media penyiarannya.

Musik menjadi satu ketertarikan bagi masyarakat Indonesia, terlebih dengan lirik Bahasa Indonesia yang mudah dipahami dan dibawakan oleh idola masing-masing. Karya yang begitu luar biasa hingga mendapatkan berbagai penghargaan menjadi satu tolak ukur kemajuan musik Indonesia.

Seperti Raisa dan Isyana Sarasvati yang baru saja mendapat penghargaan AMI Award dengan single terbarunya “Anganku-Anganmu”. Kesuksesannya tak luput dengan berbagai strategi promosi untuk menarik pasar yang sesuai. Menggunakan media radio sebagai salah satu strateginya menjadi pilihan untuk membuahkan hasil tersendiri. Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan musik Indonesia yang berkembang saat ini menjadi satu daya tarik yang dapat menghibur dan mempunyai nilai jual. Baik yang berkembang dengan mayor label maupun indie. Musik Indonesia hadir memberikan hiburan untuk pendengarnya.

Proses pemasaran yang dapat memberikan keuntungan bagi seorang komposer adalah bagaimana strategi promosi harus dijalankan dengan baik. Kini promosi lebih mudah dilakukan dalam berbagai cara dengan bantuan teknologi. Teknologi membuat berbagai kalangan lebih mudah melakukan kegiatan promosi secara cepat, dan akurat.

Promosi musik merupakan teknik komunikasi yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat terhadap hasil karya musik. Dalam pelaksanaannya promosi musik dilakukan dengan menggunakan media seperti: pers, televisi, radio, papan nama, poster, konser resital, sosial media dan lain-lain. Promosi sebagai media untuk menjembatani kepentingan produsen dengan konsumen.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa, promosi musik dilakukan oleh pihak produsen musik baik perseorangan ataupun perusahaan dengan cara mempengaruhi masyarakat secara langsung maupun tidak langsung dengan tujuan untuk menarik perhatian sehingga pendengar tertarik dengan lagunya. Strategi promosi yang bermacam-macam tersebut dapat dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat. Salah satunya menggunakan radio sebagai salah satu media promosi musik yang menguntungkan.

PEMBAHASAN

A. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan dalam menjelaskan suatu studi kasus dalam mendapatkan tujuan akhir dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif yaitu :

1. Observasi tak berstruktur

Awalnya penulis mengamati fenomena-fenomena yang muncul dalam lingkungan pemusik khususnya mahasiswa/i jurusan musik ISI Yogyakarta, yaitu munculnya permasalahan dalam mempromosikan sebuah karya cipta dalam bentuk lagu yang

sudah dibuat karena minimnya informasi mengenai cara memasarkannya. Dari fenomena tersebut penulis menarik kesimpulan bahwa terdapat kebingungan dalam mempromosikan karya ciptanya melalui berbagai media yang ada.

2. Wawancara tak berstruktur

Penulis melakukan wawancara terhadap beberapa mahasiswa musik ISI Yogyakarta yang mempunyai karya cipta berbentuk lagu dan ingin diterima masyarakat luas. Akhirnya, penulis memilih salah satu radio yaitu Radio Retjo Buntung Yogyakarta sebagai objek penelitian dan musik Indonesia sebagai subjek penelitian. Tahap wawancara dengan narasumber dari Radio Retjo Buntung juga dilakukan untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang bagaimana prosedur mempromosikan sebuah lagu melalui media radio.

3. Dokumentasi

Pada tahap pengumpulan data dan dokumen, penulis memilah buku dan tulisan artikel yang digunakan sebagai sumber referensi dalam menjawab rumusan masalah.

B. PELUANG PROMOSI MUSIK MELALUI RADIO

Berbagai macam alat komunikasi dan informasi semakin menjamur di era globalisasi saat ini. Banyak informasi dapat diterima dari teknologi visual, audio, maupun audio visual. Radio sebagai salah satu media informasi audio mempunyai tempat tersendiri dalam hati penikmatnya. Meskipun informasi hanya disampaikan dalam bentuk audio, namun pesan disampaikan dengan tetap mengedepankan keaktualan, keakuratan dan terdepan.

Radio tumbuh sebagai salah satu media massa yang memiliki karakteristik cepat dalam menyampaikan pesan dengan jangkauan yang luas, dalam arti tidak mengenal medan, tidak terikat waktu, ringan untuk dibawa kemanapun, murah dan tidak memerlukan banyak konsentrasi karena radio hanya untuk didengarkan. Hal tersebut sudah jelas tertulis dalam Peraturan Pemerintah No : 55 tahun 1977, yang menjelaskan bahwa Radio Siaran adalah pemancar radio yang langsung ditujukan kepada umum dalam bentuk suara dan mempergunakan gelombang radio sebagai media. (Effendy, 1983:187)

Awal lahirnya radio dimulai ketika ahli fisika Jerman bernama Heinrich Hertz pada tahun 1887 berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Selanjutnya oleh Guglielmo Marconi (1874-1937) dari Italia diperkuat untuk membuktikan manfaat dari radio tersebut dengan mengirimkan sinyal morse berupa titik dan garis dari sebuah pemancar kepada suatu alat penerima. Sinyal yang dikirimkan oleh Marconi tersebut berhasil menyeberangi Samudra Atlantik pada tahun 1901 dengan menggunakan gelombang elektromagnetik.

Dalam perkembangan radio sebelum perang dunia I, Reginald Fessenden dengan bantuan perusahaan General Electric berhasil menciptakan pembangkit gelombang radio kecepatan tinggi yang tentunya dapat mengirimkan suara manusia dan juga musik. Sementara itu ditambah lagi dengan penemuan baru, yaitu tabung udara yang bernama audion (Morissan, 2008:03).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa radio adalah media auditif (hanya bisa didengar) yang merakyat dan bisa dibawa kemana saja. Radio berfungsi sebagai media ekspresi dan hiburan yang memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi yang menstimulasi banyak suara dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya.

Salah satu radio yang berkembang di Daerah Istimewa Yogyakarta dan tetap eksis dalam usianya yang lebih dari 50 tahun adalah radio Retjo Buntung. Asal-usul nama Retjo Buntung sendiri diambil dari sebuah patung yang berada di depan studio, tepatnya di halaman kantor radio Retjo Buntung. Patung tersebut tidak mempunyai tangan sehingga orang menyebutnya reco buntung (patung buntung). Keberadaan patung buntung menjadi trade mark bagi lokasi tersebut, sehingga para pendiri Radio Retjo Buntung tidak ragu menamainya Retjo Buntung. Stasiun Radio Retjo Buntung (RB) didirikan pada tanggal 9 Maret 1967 oleh Aris Yudianto dan anggota keluarga yang lain, Her Daru Purnawarman dan Arif Yudarmanto. Sejak berdiri hingga saat ini, studio Radio RB FM tetap berlokasi di Jalan Jagalan 36 Yogyakarta.

Pada awal berdirinya radio Retjo Buntung berada di jalur AM, namun sejak tahun 1990 beralih ke jalur FM frekuensi 100.55 MHz. Dengan perubahan jalur tersebut maka penyebutan populer yang dipakai dalam siaran adalah RB FM. Berdasarkan hasil penelitian SRI (Survey Research Indonesia) RB sempat beberapa kali memperoleh rating tertinggi. RB tergolong radio yang cukup kuat dan mempunyai kerapian sistem manajemen. RB memiliki dua motto, yaitu (1) "Citra Radio Keluarga", dan (2) "Radio yang Melestarikan Budaya Bangsa". Badan Penyelenggara siaran adalah PT. Radio Retjo Buntung, terdaftar dalam keanggotaan PRSSNI nomor 175.IV/1977.

Pada tanggal 1 Januari 1992 dalam rangka untuk meningkatkan kualitas penyajian siaran, maka Radio Retjo Buntung memindahkan frekuensinya dari jalur AM 1062 KHz ke jalur FM dengan frekuensi 100,55 Mhz dan mengubah motto siaran menjadi "Citra Radio Keluarga". Seiring dalam perjalanannya, Radio Retjo Buntung menawarkan sesuatu demi kepuasan pemiarsanya. Sejak 9 Maret 2001 bertepatan dengan ulang tahunnya yang ke 34, Radio Retjo Buntung membawa babak baru di dunia peradioan khususnya di Yogyakarta. Yaitu menyajikan siaran selama 24 jam setiap hari, dari program reguler yang sudah berjalan dengan ditambahkan sajian khusus bernuansa etnika dan sampai saat ini telah memenuhi kebutuhan pendengar setiannya yang biasa disebut dengan sapaan "Pemiarsa".

Komitmen yang dipegang selama ini adalah dengan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada "Pemiarsa" yang diwujudkan melalui program acara yang variatif seperti program musik, program hiburan dan informasi meliputi program talk show tentang permasalahan aktual dan keluarga.

Mengusung tema dari usia anak-anak, remaja, dewasa, orang tua sampai lanjut usia maka program acara musik yang disajikan pun berbeda yaitu disajikan sesuai "interest" mereka. Tetapi secara garis besarnya tema musik yang diusung radio Retjo Buntung sendiri adalah MOR (Middle Of The Roar), Top 40, dan musik etnik.

Selalu memberikan solusi untuk program on air dan off air, serta dukungan administrasi yang rapi, radio Retjo Buntung menyatakan siap menjadi mitra bisnis dan media promosi yang efektif dengan target market yang lebih luas. Kepuasan pendengar dan pengiklan diikuti dengan kesetiaan dan kepercayaan, adalah alasan utama, mengapa radio Retjo Buntung ada. Berbagai kegiatan off air semasa bekerja di frekuensi 100,55 FM juga sering dilakukan, antara lain adalah sepeda santai berhadiah 1 juta rupiah pada saat itu, dan Jumenengan Sri Sultan Hamengkubuwono X berupa sepeda sehat. Pada bulan Maret tahun 2004, kembali Radio Retjo Buntung menorehkan prestasi sebagai radio nomor satu di Yogyakarta berdasarkan hasil survey Nielsen Media Research tahun 2003. Kemudian karena pengaturan kanal frekuensi oleh pemerintah pusat untuk semua radio, maka mengharuskan Radio Retjo Buntung harus menggeser frekuensi menjadi 99,4 FM, tepatnya mulai tanggal 3 Mei 2004.

Dalam perjalannya selama 50 tahun, tercatat radio ini pernah menghadirkan artis-artis ibukota yang nge top dijamannya seperti Betharia Sonata, Odie Agam, Iis, Yayuk Sugianto, dan masih banyak lagi lainnya. Dalam kesempatan tersebut radio Retjo Buntung ingin membuktikan bahwa radio Retjo Buntung mempunyai karakter yang kuat dengan radio yang berisi 95 persen musik yang diputarkan adalah musik Indonesia. Lagu Indonesia terbaru dan lama menjadi materi utama dalam setiap programnya.

C. PROSES PENGAJUAN PROMOSI MUSIK DI RADIO RETJO BUNTUNG

Dalam dunia penyiaran dikenal adanya MD atau yang dikenal *music director* yang bertugas untuk menyiapkan materi musik untuk diputarkan. Setiap lagu yang disuguhkan penyiar, pasti sudah melewati babak penyeleksian yang dilakukan oleh MD. Setiap radio pasti akan melakukan hal tersebut untuk mengantisipasi penurunan jumlah pendengar, supaya radio tetap eksis dan berkembang sesuai dengan segmentasi radio tersebut.

Radio Retjo Buntung sebagai salah satu radio unggulan di Yogyakarta menetapkan segmentasinya adalah keluarga, yang mana diperkuat dengan visi dan misinya sebagai “Citra Radio Keluarga”. Mengusung sebuah layanan *one stop shopping* membuat radio tersebut menjadi salah satu sasaran para pengiklan untuk memamerkan produknya.

Setiap program mempunyai keunggulan masing-masing bagi pengiklan atau pemusik yang ingin memamerkan karyanya. Tinggal memilih program apa yang cocok dan sesuai dengan karya musik yang dipamerkan. Untuk mempromosikan karya lagu di radio Retjo Buntung ada beberapa tahapan yang harus dilewati seorang pengiklan, beberapa proses tersebut merupakan birokrasi yang harus dilewati seorang pemusik agar diterima untuk diputarkan melalui radio Retjo Buntung.

Dalam prosesnya untuk dapat diputarkan di radio Retjo Buntung ini, langkah awal yang harus dilakukan seorang pemusik atau pengiklan adalah menghubungi music director radio Retjo Buntung untuk berdiskusi mengenai segmentasi lagu yang akan diputarkan. Langkah tersebut merupakan langkah diskusi awal untuk menentukan cocok tidaknya lagu dengan segmen radio tersebut. Jika memang dianggap pas dan baik untuk diputarkan, MD akan mengarahkan klien untuk memilih program mana yang tepat untuk lagu tersebut dapat diputarkan. Selain itu ada lagi langkah awal lain yang dapat dilakukan seorang pemusik atau klien yang ingin memasarkan lagunya di radio Retjo Buntung, yaitu dengan bertemu marketing staff. Pertemuan dengan marketing bertujuan untuk langsung bernegosiasi mengenai biaya dan apa saja yang akan didapatkan klien. Dalam dua langkah awal tersebut menerangkan perbedaan bagaimana prosedur awal yang dapat dilakukan klien untuk memasarkan lagunya di radio Retjo Buntung. Hal itu berkaitan dengan adanya karya musik yang dinaungi oleh sebuah Mayor Label dan Indie yang dikenal sebagai pemusik independent baik grup maupun solo karir. Biasanya sebuah mayor label sudah tergabung dalam jaringan relasi MD yang ada.

Hal tersebut menerangkan bahwa karya musik lagu yang digawangi dengan mayor label akan lebih mudah mendapatkan ruang akses untuk mempromosikan karyanya di sebuah radio. Bukan berarti yang tidak berdiri dibawah naungan mayor label akan lebih susah. Hanya saja biasanya dalam jaringan grup MD yang berkaitan dengan radio tersebut sudah mempunyai bentuk kerjasama berkelanjutan, sehingga membuat pemusik tersebut yang sudah bernaung di bawah mayor label lebih mudah untuk mengajukan lagu dan mendapatkan ruang promosi dengan akses yang lebih mudah di radio Retjo Buntung. Sedikit berbeda dengan pemusik yang berdiri sendiri atau yang sering kita kenal dengan

sebutan 'Indie'. Bagi pemusik Indie tentunya mendapatkan relasi merupakan tugas utama dalam mempromosikan karyanya. Namun hal tersebut tidak menutup kemungkinan untuk memamerkan lagunya di radio swasta ini. Langkah awal yang bisa dilakukan adalah dengan menemui marketing staff radio Retjo Buntung. Pemilihan segmen program sangatlah penting untuk proses promosi musik yang dilakukan. Setelah bernegosiasi dengan marketing staff klien dapat melanjutkannya bertemu dengan MD untuk memilih dalam program apa sebaiknya lagunya diputarkan.

Pemilihan program sangatlah penting berkaitan dengan profit yang didapatkan klien. Biaya paket harga promosi untuk dapat diputarkan di radio Retjo Buntung adalah sesuai kesepakatan masing-masing pihak. Untuk harga normal 1 kali siaran adalah 30.000 rupiah. Sedangkan untuk paket promo khusus akan berbeda setiap bulannya. Sebagai radio yang berbasis budaya tentunya radio Retjo Buntung tidak tinggal diam dalam mendukung perkembangan musik saat ini. Radio ini sadar bahwa musik Indonesia selalu menjadi bagian terpenting dalam proses siaran radio Retjo Buntung. Untuk itu radio ini mempunyai pelayanan tersendiri bagi musisi yang membawa misi sosial dan budaya untuk mempromosikan lagunya di radio Retjo Buntung. Bahkan berkaitan dengan misinya sebagai radio yang inspiratif dan berbudaya. Radio Retjo Buntung dapat memberikan gratis bagi pemusik yang membawa unsur budaya dalam penciptaan karyanya dan mempunyai misi sosial bagi masyarakat.

Radio Retjo Buntung selalu membuka lebar bagi seluruh kalangan musisi untuk mempromosikan karyanya di radio tersebut. Dengan pelayanan khusus tersebut diharapkan mampu membuat masyarakat sadar akan budaya dan sosial juga menumbuhkan jiwa semangat untuk terus berkarya.

Pada dasarnya radio Retjo Buntung selalu mendukung pertumbuhan industri musik Indonesia. Untuk itu bagi semua kalangan musisi yang tertarik untuk mempromosikan lagunya di radio tersebut akan dilayani secara terbuka dan tentunya tidak mempersulit dalam keperluan dan tujuan tertentu.

D. TEKNIK PROMOSI MUSIK RADIO RETJO BUNTUNG

Proses penyampaian lagu yang menarik kepada pendengar adalah hal terpenting yang menjadi tugas pokok radio Retjo Buntung. Pilihan lagu dan program yang variatif harus dibentuk sesuai pasar. Radio Retjo Buntung memiliki berbagai teknik promosi yang dapat dipilih, contohnya (Katalog radio Retjo Buntung, 2009:48) :

- Live Talkshow 60 menit

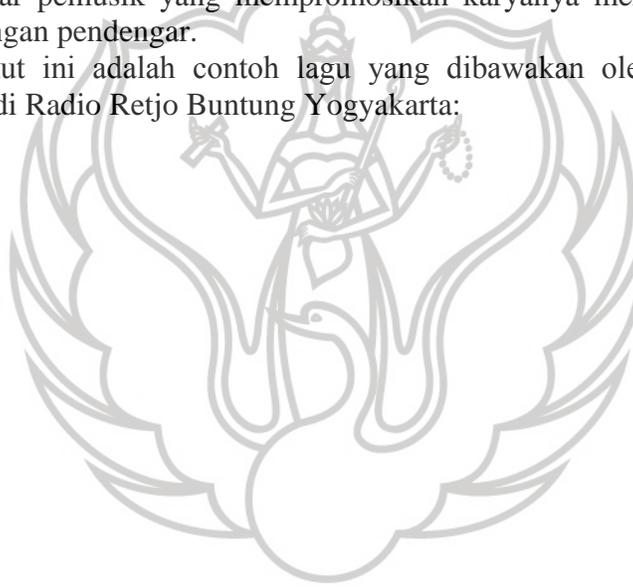
Dalam hal ini pemusik akan diberikan waktu selama kurang lebih 1 jam untuk mempromosikan lagunya melalui talkshow yang membloking program selama 60 menit. Pemusik dilibatkan untuk berbicara langsung kepada pendengar untuk menyampaikan sekaligus menyanyikan lagu yang dipromosikan secara utuh maupun beberapa bagian saja.

Talkshow tidak hanya berbicara banyak hal mengenai lagu yang dipromosikan, namun dalam waktu tersebut juga akan sdiputar lagu yang dibawa secara berulang-ulang. Lagu tersebut sekaligus menjadi backsound untuk diperdengarkan, bertujuan supaya pendengar terbiasa mendengarkan lagu yang dipromosikan.

Berbeda dengan radio lain, teknik dengan diputar secara berulang akan membuat benak pendengar lebih memahami terhadap lagu yang dipromosikan pemusik tersebut. Itu menjadi salah satu teknik yang digunakan oleh radio Retjo Buntung untuk memikat hati pendengar agar menyukai lagu yang dipromosikan pemusik atau band tersebut.

Selama kurang lebih 60 menit juga tidak hanya sebatas berbicara dua arah antara penyiar dan pemusik, namun sesi live talkshow juga memberikan kesempatan terhadap pendengar untuk bergabung secara interaktif. Layanan interaktif untuk pendengar ini bertujuan agar pemusik yang mempromosikan karyanya merasa dekat dan terapresiasi langsung dengan pendengar.

Berikut ini adalah contoh lagu yang dibawakan oleh band D'Massive dalam promosinya di Radio Retjo Buntung Yogyakarta:





Gambar 2. Interaksi pendengar melalui poster yang diunggah di sosial media Retjo Bunting Yogyakarta

Sumber: <http://bit.ly/2n3ufZd>

Radio Retjo Bunting melengkapi teknik promosinya dengan media promosi seperti poster melalui media sosial. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian pemirsa agar dapat mendengarkan dan memperhatikan radio saat sesi promosi berlangsung. Semua ini dilakukan radio Retjo Bunting untuk menambah jangkauan luas promosi yang dilakukan dan memberi kepuasan tersendiri bagi pemusik yang mempromosikan lagunya.

Pemirsa yang bergabung melalui telepon dan sms dapat memberikan pertanyaan atau tanggapannya terhadap proses promosi musik yang sedang berlangsung dengan cara mengirimkan ke nomor tujuan atau menekan nomor panggilan agar langsung terhubung dengan radio Retjo Bunting. Layanan interaktif ini memungkinkan pemirsa yang masuk sesi tersebut memberikan pertanyaan di luar lagu yang dipromosikan, misalnya berkaitan dengan karir maupun lifestyle. Untuk pertanyaan yang bergabung melalui media selain telepon masih bisa diatasi oleh penyiar. Namun jika terjadi pertanyaan yang masuk melalui telepon melenceng dengan topik pembahasan, akan segera diputus oleh penyiar dengan memberikan pertanyaan improvisasi dari penyiar.

- Phone Interview

Phone interview dilakukan sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat kedua belah pihak dalam sebuah perjanjian. Biasanya dilaksanakan dalam program radio yang sesuai dengan segmentasi lagu tersebut, dan akan membloking program tersebut selama kurang lebih 10 menit.

Semakin padatnya kegiatan promosi yang dilakukan musisi membuat proses promosi harus diatur dan dijadwalkan sedemikian rupa oleh sang manajer. Agar mendapat hasil yang baik, tak jarang dalam satu manajemen baik solo karir maupun grup masing-masing membagi tugasnya untuk mengikuti proses promosi yang sudah dibuat. Oleh sebab itu, radio Retjo Bunting memberikan solusi terbaik yang dapat dikatakan paling mudah dilakukan yaitu phone interview.

Teknik yang satu ini adalah satu dari banyak layanan yang diberikan radio Retjo Buntung untuk memudahkan pemusik yang ingin mempromosikan lagunya agar tidak kesusahan datang ke radio Retjo Buntung dalam melakukan interview. Promosi dilakukan melalui media telepon dan bisa dikatakan ini adalah satu teknik terpraktis yang hemat biaya.

Perbincangan melalui telepon yang berlangsung singkat tersebut menuntut penyiar yang memandu program harus kreatif dan cepat tanggap, agar tujuan pemusik dalam proses promosinya dapat tersampaikan ke pemiarsa dengan waktu yang terbatas. Biasanya untuk menghindari terjadinya blank, dalam phone interview sudah ada kesepakatan yang telah dibuat dahulu oleh kedua pihak mengenai beberapa pertanyaan yang akan disampaikan penyiar. Sehingga pemusik yang akan interview melalui telepon ini tidak kesusahan untuk menjawab dan dapat menyampaikan gagasannya secara tepat dengan waktu yang singkat.

Kelebihan phone interview dari layanan lain yang diberikan radio Retjo Buntung adalah menekankan bahwa jarak tidak menghambat proses promosi untuk dilakukan. Selain hasil karya lagunya dapat diputarkan, pendengar juga dapat mendengarkan langsung paparan dari narasumber mengenai lagu yang dipromosikan. Tentunya ini membuat pendengar semakin tertarik karena adanya percakapan secara langsung pada saat proses promo dari pemusik walau dari jarak yang sangat jauh.

Kemudahan yang ditawarkan dengan phone interview ini menjadi satu alternatif proses promosi yang digemari artis papan atas untuk mempromosikan lagunya di radio Retjo Buntung. Hal itu terbukti dengan banyaknya musisi papan atas menggunakan radio Retjo Buntung sebagai media siarannya seperti: D' massive, Armada, Denny Cagur, Shanty, Maia dll.



	Phone Interview GITA REMAJA FARIS ARFAN	Today 15.00 16.00
---	--	--------------------------------

Gambar 3. Poster phone interview promosi bersama Denny Cagur dan Shanty dalam Program Gita Remaja, pukul 15.00-16.00 WIB

Sumber: <http://bit.ly/2E20000>

Gambar poster di atas adalah contoh poster promosi phone interview dengan single terbaru Denny Cagur dan Shanty yaitu Gombalan Tangan Tuhan. Seperti yang sudah dijelaskan mengapa phone interview menjadi pilihan, karena hal tersebut dirasa sangat

praktis dan membantu sekali bagi artis-artis ibukota yang mempunyai kesibukan sangat padat. Sehingga tele interview menjadi salah satu opsi yang diambil para artis untuk mempromosikan lagunya.

- **Spot**

Berbeda dengan kedua teknik diatas, untuk proses promosi melalui spot tidak menuntut pemusik yang akan mempromosikan karyanya harus standby saat proses itu sedang berlangsung. Promosi melalui spot dapat dilakukan jauh-jauh hari dalam bentuk audio record yang nantinya akan diputarkan pada selang waktu yang diinginkan.

Pada dasarnya spot berbeda dengan phone interview yang dapat berlangsung selama 10 menit, spot hanya dapat diputarkan selama kurang lebih 1 menit untuk memberi sekilas gambaran lagu yang dipromosikan. Waktu yang singkat ini menuntut klien memaksimalkan materi yang harus dibuat agar mendapatkan hasil terbaik. Kelebihan spot adalah tidak mengharuskan pemusik datang langsung atau standby dalam proses pemutaran. Dapat dilakukan jauh sebelum karya lagu diputarkan dengan membuat audio record sesuai kesepakatan yang akan diputarkan.

Biasanya spot hanya dapat merangkum sebagian lagu yang akan dipromosikan secara singkat untuk diputarkan. Alasan spot hanya memberikan waktu sangat singkat ini adalah untuk memberikan sentuhan untuk menarik rasa penasaran pendengar dengan lagu yang dipromosikan. Dalam waktu yang singkat spot dapat berisi potongan lagu yang akan dipromosikan, maupun pesan yang akan dikatakan langsung dari pemusik tersebut kepada pendengar. Musik yang digunakan dapat mengambil dari bagian intro, refrain atau outro untuk diputarkan.

Pihak radio Retjo Buntung tidak tinggal diam dalam proses pembuatan spot. Radio Retjo Buntung akan memberikan penawaran khusus dalam proses pembuatan spot, dari proses pengerjaan dan pengeditan dapat dilakukan pihak radio agar tidak mengganggu kegiatan lain yang sedang dilakukan pemusik tersebut.

- **Kuis**

Setiap radio seringkali mengadakan kuis untuk memberikan hadiah kepada pendengarnya. Begitu juga radio Retjo Buntung yang sudah mengudara genap 50 tahun saat ini. Program kuis sudah lama dilakukan untuk strategi promosi radio tersebut.

Radio Retjo Buntung memberikan tawaran promosi dalam bentuk kuis bagi pemusik yang ingin mempromosikan karyanya di radio Retjo Buntung. Karena selain program ini sudah berlangsung lama, semakin tahun semakin banyak pendengar yang mengikuti program kuis ini. Bahkan dalam pelaksanaannya, seringkali berbagai pendengar mengungkapkan kekecewaannya karena sms atau teleponnya tidak tersambung.

Dalam program kuis akan dipilih pemenang yang berhak mendapatkan hadiah. Jelas sudah didapatkan pemenangnya jika pendengar mampu menjawabnya dengan benar. Namun jika belum ada pemiarsa yang bisa menjawab dengan benar, akan diganti bentuk kuisnya atau mencari jawaban terdekat dengan jawaban yang benar.

Pada kenyataannya banyak pendengar radio yang mengejar sesuatu untuk didapatkan, khususnya pendengar radio Retjo Buntung. Hadiah yang diberikan pula tidak main-main, radio Retjo Buntung dalam perayaan HUT ke 50 tahun pernah membagikan emas batangan secara cuma-cuma bagi pemiarsa yang bisa menjawab pertanyaannya dengan benar.

Pemberian hadiah itu dirasa menjadi salah satu teknik promosi yang menarik bagi pemusik yang ingin mendapat perhatian khusus dari pemiarsa Retjo Buntung. Sebagai contoh adalah kuis tersebut dapat berupa pertanyaan mengenai judul lagu atau yang berkaitan dengan lagu yang dipromosikan.. Pihak pemusik maupun radio hanya tinggal mempersiapkan hadiah yang akan diberikan kepada pemenang. Hadiah dapat berupa CD album, kaos, atau merchandise lainnya. Biasanya hadiah ada kaitannya dengan lagu yang dipromosikan, misal gelas yang bergambar judul lagu karya yang dipromosikan atau gambar foto dari musisi tersebut.

PENUTUP

Kegiatan promosi musik melalui radio adalah strategi yang sangat menguntungkan. Dari sisi ekonomi radio dipandang sebagai alat komunikasi yang murah dan mudah didapat, apalagi dengan bantuan teknologi terkini banyak kalangan masyarakat dimulai dari perdesaan hingga perkotaan turut andil dengan mudah menggunakan radio.

Pada dasarnya untuk mempromosikan karya musik melalui radio yang harus diperhatikan adalah sasaran pasar atau target pendengar. Setelah itu pilih radio sesuai segmen yang dituju agar mencapai hasil sesuai harapan. Langkah selanjutnya adalah menghubungi MD, proses pemilihan program dan bentuk promosi akan didiskusikan sesuai kesepakatan kedua pihak. Setelah itu, baru proses pelaksanaan promosi dapat dilakukan. Segmen radio sangatlah berkaitan dengan program siaran yang dihadirkan untuk menangkap mangsa pasar, jadi harus benar sesuai dengan genre lagu yang dibawakan.

Promosi musik yang dilakukan pemusik bermayor label maupun indie akan dilayani sesuai prosedur radio Retjo Buntung dengan berbagai kerjasama yang dapat dibicarakan, akan tetapi radio ini mempunyai perbedaan dari radio seperti pada umumnya bagi seluruh kalangan musisi. Membawa misi menjadi radio keluarga berbasis budaya, radio Retjo Buntung turut mendukung perkembangan industri musik Indonesia dalam mempromosikan karya cipta anak Bangsa yang membawa misi sosial budaya. Untuk itu bagi musisi yang membawa misi tersebut akan diberikan pelayanan khusus di radio ini.

Dalam setiap kreativitas yang dibuat, jangan pernah takut untuk mencoba mempromosikannya. Generasi muda yang mempunyai karya cipta dan ingin berkembang di dunia industri musik Indonesia harus berani mengambil kesempatan yang ada. Tidak salah untuk mencoba hubungi radio terdekat atau radio jaringan sebagai media promosinya.

Daftar Pustaka

- Djuroto, Totok. 2007. *Mendulang Untung dari Bisnis Informasi dan Hiburan*. Semarang: Dahara Prize.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Stokkink, Theo. 1996. *The Professional Radio Presenter (Penyiar Radio Profesional)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Watono, A. Adji. 2008. *Advertising That Makes Money*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

