

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Menurut majalah *Rolling Stone* awal Januari (2007), musik Indonesia mulai diramaikan dengan munculnya para musisi pendatang baru. Sayangnya banyak dari para musisi tersebut yang karyanya terkekang karena berapa hal yang dibuat oleh beberapa *recording company*, seperti Sony, BMG, Musika yang merupakan major label yaitu dimana para musikus harus mengikuti apa keinginan pihak *recording* agar karyanya dapat diedarkan, dengan cara seperti ini maka kreativitas musisi tersebut tidak dapat berkembang. Pada posisi ini mereka benar-benar menjadi boneka pihak *recording company* tersebut.

Di tengah buasnya industri musik sekarang, beberapa musisi kemudian mengajukan gagasan *indie label* atau *label independent*. Artinya musik yang tidak diproduksi oleh industri milik pemodal besar. Indie label cenderung memberikan ruang untuk para musisi untuk bergerak lebih leluasa. Mereka tidak perlu berkompromi dalam nada, teks atau urutan seperti yang biasa terjadi di industri *major label*. Gerakan ini cenderung membentuk komunitas sendiri dan mendekatkan karya-karyanya kepada para pendengarnya. Artinya bukan produk masal yang nasibnya akan ditentukan oleh `selera pasar`, namun sebaliknya membentuk pasar. Hingga tak jarang konsep *indie label* pun kemudian ditiru oleh produser *major label*.

Menurut majalah *Rolling Stone* edisi Januari (2007), awal tahun 2000 merupakan sebuah moment tersendiri bagi para musisi *indie* tersebut. Musik *indie* mulai dapat diterima di beberapa kalangan masyarakat dan tetap menjadi sebuah *lifestyle*. Kualitas dari musiknya sendiri pun jauh lebih meningkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, kualitas yang semakin baik tersebut

akhirnya menciptakan sebuah kesempatan-kesempatan untuk memperlihatkan hasil karya mereka. Jika sebelumnya musisi *indie* hanya dapat bermain di tempat-tempat tertentu, kini mereka dapat dengan mudah terlihat di acara-acara besar. Dan di tahun ini juga mulai bermunculan *records label indie* yang menunjukkan eksistensi mereka sebagai pesaing label-label major di Indonesia. Salah satunya *Indie label record* Bandung adalah CV. Heaven Records, CV. Heaven Records adalah sebuah recording yang berdiri sebagai media bagi musisi indie yang ingin merilis lagunya tanpa harus mengikuti keinginan label tersebut. Pada saat ini, sudah ada 3 band indie yang bernaung di bawah CV. Heaven Records, yaitu disconnected, nudist island, dan goodboy badminton.

Masih menurut majalah *Rolling Stone* awal januari (2007), apa yang menarik dari bisnis musik, terutama bisnis industri rekaman ternyata tidak hanya dari musik itu sendiri. Namun segala elemen yang menjadi aspek utama dan pendukung suksesnya sebuah industri rekaman juga merupakan aspek yang tidak dapat dikesampingkan. Sebut saja aspek strategi pemasaran yang dijalankan oleh sebuah *records label independent* yang menjadi ujung tombak sukses atau tidaknya sebuah album. Begitu juga dengan *Heaven records*, melalui strategi pemasaran yang dalam hal ini strategi periklanan yang tepat mereka berusaha untuk tetap eksis dan bisa bersaing dengan *records label independent* lain dan juga perusahaan-perusahaan besar. Walaupun *Heaven records* baru berdiri selama 3 tahun, mereka cukup menyita perhatian band-band *indie* yang menawarkan demo lagu mereka untuk di rilis oleh *Heaven records* oleh karena strategi mereka yang cukup baik dan mempunyai tim yang solid.

Keberhasilan dari sebuah indie label dalam menjual produknya yang berupa CD dan ring back tone, ditentukan oleh strategi periklanan. iklan adalah suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk mengambil tindakan yang

menguntungkan bagi pihak pembuat iklan. Tanpa adanya periklanan, berbagai produk tidak akan mengalir secara lancar kepada distributor atau penjual, apalagi sampai ke tangan para konsumen atau pemakainya. Kreatifitas dalam iklan juga sangat dibutuhkan selama tidak menyimpang dari tujuan yang dibentuk perusahaan. Dalam hal ini, *Heaven Records* selalu membuat iklan yang dapat menarik konsumen untuk membeli produk *Heaven Records*. Iklan yang menarik, kreatif dan gencar dapat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atas produk yang bersangkutan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk menulis Laporan Tugas Akhir mengenai strategi periklanan yang dijalankan oleh CV. *Heaven Records* dengan judul **“TINJAUAN PELAKSANAAN STRATEGI PERIKLANAN PADA CV. HEAVEN RECORDS”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan strategi periklanan pada CV. *Heaven Records* ?
2. Masalah-masalah apa saja yang dihadapi oleh CV. *Heaven Records* dalam pelaksanaan strategi periklanan ?
3. Bagaimana cara mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh CV. *Heaven Records* dalam pelaksanaan strategi periklanan ?

### **1.3. Maksud dan Tujuan**

Maksud dari kerja praktek ini adalah untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir, guna memenuhi salah satu syarat ujian sidang Program Diploma III Jurusan Manajemen Universitas Widyatama.

Tujuan kerja praktek ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi periklanan pada oleh *CV. Heaven Records*.
2. Untuk mengetahui masalah-masalah apa yang dihadapi *CV. Heaven Records* dalam menjalankan strategi periklanan.
3. Untuk mengetahui cara mengatasi masalah yang dihadapi *CV. Heaven Records* dalam menjalankan strategi periklanan.

### **1.4. Kegunaan Hasil dari Praktek Kerja**

Adapun kegunaan kerja praktek yang dilakukan oleh penulis terhadap *CV. Heaven Records* yaitu agar dapat bermanfaat:

1. Bagi penulis

Praktek kerja sini banyak memberikan masukan terutama kejelasan dalam penerapan ilmu, khususnya pemasaran terutama strategi periklanan yang diperoleh secara teori selama kuliah dengan kenyataannya menghadapi masalah-masalah yang dihadapi perusahaan.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan akan dapat disusun informasi sebagai bahan masukan sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melaksanakan strategi periklanan untuk mengembangkan perusahaannya.

3. Bagi pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai bahan masukan bagi pembaca.

### **1.5. Metodologi Praktek Kerja**

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, dilakukan penelitian dengan metode deskriptif, menurut **Moh. Nazir, Ph. D** (2005:54) metode deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

Dalam praktek kerja ini, data yang digunakan adalah :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung diaman penulis melakukan praktek kerja
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari buku-buku, artikel-artikel, internet yang berhubungan dengan permasalahan praktek kerja

Adapun metode yang digunakan untuk memperoleh data tersebut, yaitu:

1. Studi Pustaka (*Library Research*)

Dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku, artikel dan tulisan-tulisan yang berkorelasi dengan masalah-masalah yang diteliti.

2. Studi Lapangan (*Field Research*)

Dilakukan dengan cara mengadakan praktek kerja secara langsung di lokasi yang telah ditentukan. Adapun teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dalam studi lapangan tersebut adalah :

- a. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti pada CV. *Heaven Records*.
- b. Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab dengan pihak perusahaan, yang dapat memberikan keterangan tentang masalah yang diteliti.

### **1.6 Lokasi dan Waktu Praktek Kerja**

Dalam memperoleh data yang diperlukan untuk penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, penulis melakukan praktek kerja pada CV. Heaven Record yang beralamat di Jalan Telex No. 8 Komplek Postel Bandung dan waktu praktek kerja dilakukan pada Bulan Maret 2010 sampai dengan April 2010.