

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial dewasa ini merupakan suatu hal yang tidak bisa lepas dari jangkauan siapapun. Kemajuan teknologi informasi yang pesat di era *society 5.0* ini tentu saja memberikan dampak yang cukup besar bagi kemajuan masyarakat, khususnya di Indonesia. Salah satu produk dari kemajuan teknologi informasi adalah hadirnya aplikasi bernama *tiktok*. *Tiktok* merupakan platform media hiburan yang memungkinkan penggunaannya membuat video berdurasi pendek yang juga didukung dengan fitur-fitur unik seperti musik, filter, dan fitur-fitur menarik lainnya.

Tiktok merupakan perangkat yang menarik dan unik sehingga mudah dan ringan digunakan oleh penggunaannya sehingga bisa menghasilkan video singkat yang baik dan bisa diperlihatkan kembali kepada pengguna lain (Putra, 2018). *Tiktok* memberikan kebebasan kepada para penggunaannya untuk membuat video kreatif, yang mungkin akan diminati oleh pengguna lain, seperti video *dance*, bernyanyi, komedi, dan jenis-jenis video lainnya. Oleh karena itu, pengguna yang rajin dan aktif membuat konten di platform ini juga disebut seorang konten kreator.

Kemajuan dunia teknologi ini tentu saja sangat disayangkan apabila tidak dimanfaatkan dengan baik. Oleh karena itu, *tiktok* saat ini tidak hanya menjadi platform yang menyediakan hiburan, tapi juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk menghasilkan uang dan kepopuleran baru para kreator yang aktif mengunggah video di platform ini. *Tiktok* sendiri saat ini sudah banyak mengangkat nama-nama musisi baru di dunia musik seperti Idris yang awalnya adalah kreator *tiktok* yang sering mencover lagu dari musisi-musisi lain, akhirnya namanya bisa naik dan lagunya dikenal oleh banyak orang, selain itu ada juga Anggi Marito yang lagunya berjudul Tak Segampang Itu akhirnya naik di berbagai platform musik setelah lagunya viral di *tiktok* dan banyak digunakan sebagai *back sound* video di aplikasi *tiktok*.

Menurut Lexie (2022) *Tiktok* telah menghasilkan pemasaran dan promosi musik yang modern dan unik bagi seniman di seluruh dunia. Oleh karena itu, ada juga musisi yang secara khusus memanfaatkan *tiktok* sebagai platform untuk mempromosikan lagu dan grup mereka. Salah satunya grup musik yang melakukan

promosi di *tiktok* adalah Grup Band Harra. Harra merupakan grup musik beraliran *Pop* asal Bandung yang beranggotakan 5 orang yang merilis single pertamanya pada 21 Februari 2020 dengan judul *Jelajahi Rasa*.

Band Harra merupakan salah satu grup musik yang aktif menggunakan sosial media, Mulai dari *Instagram*, *Youtube*, juga *Tiktok*. Band Harra merupakan salah satu band yang juga memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan penggemarnya. Band harra juga salah satu grup musik yang menggunakan aplikasi *tiktok* sebagai media untuk mempromosikan grup dan karyanya.

Grup musik Harra aktif mempromosikan lagunya juga membagikan kegiatannya pada akun *tiktok* mereka mulai dari *single* pertama mereka yang berjudul *Jelajahi Rasa* sampai dengan lagu terbaru yang mereka rilis yang berjudul *Hasratku Saja*. Grup band Harra aktif mempromosikan lagunya dengan berbagai konsep di *tiktok* melalui akun *tiktok* @harramusic selain mempromosikan lagu dan kegiatan mereka, Harra juga turut mengikuti *trend-trend* yang sedang *hype* di *tiktok*, sehingga beberapa videonya masuk *FOR YOU PAGE* (FYP) dan akhirnya dikenal oleh banyak orang.

Band Harra mengunggah video pertamanya di *tiktok* dengan akun @harramusic pada 10 Februari 2021. Uniknya, band Harra seringkali menambahkan unsur lain dalam video *tiktok*-nya untuk menarik minat audiens. Salah satu video *tiktok* band harra yang berhasil menarik banyak penonton adalah video dari Band Harra saat mempromosikan lagu *Jelajahi Rasa*. Terhitung sejak di unggah pada 20 Oktober 2022 sampai 16 Januari 2024, video *Jelajahi Rasa* ini sudah ditonton sebanyak 372,6 ribu kali dan mendapatkan *likes* sebanyak 62,9 ribu, 272 komentar, 7798 ditambahkan ke favorit, dan 1013 kali dibagikan, video ini berhasil meraih banyak perhatian dari pengguna *tiktok* lain, sehingga saat ini, Band Harra sudah memiliki pengikut di *tiktok* lebih dari 10.000 pengikut.

Melihat dari fenomena ini, bagaimana video *tiktok* band Harra Mampu menjangkau banyak pengguna lain, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana strategi konten promosi musik yang Band Harra terapkan Pada Video *Jelajahi Rasa* untuk menarik banyak audiens, juga sejauh mana band Harra memanfaatkan Aplikasi *Tiktok* ini sebagai media promosi, penulis membuat penelitian dengan

judul “Penggunaan Aplikasi *Tiktok* Sebagai Media Promosi Lagu *Jelajahi Rasa* oleh Band Harra”.

1.2 Rumusan Masalah

Fokus dalam penelitian ini adalah penggunaan aplikasi tiktok sebagai media promosi musik oleh band Harra. Masalah yang diangkat ialah Bagaimana aplikasi *Tiktok* dijadikan sebagai media promosi lagu *Jelajahi Rasa* oleh band Harra? Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan juga berdasarkan masalah tersebut, penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana pembuatan Konten Promosi lagu *Jelajahi Rasa*?
- 1.2.2 Bagaimana Lagu *Jelajahi Rasa* di Promosikan melalui aplikasi *Tiktok*?
- 1.2.3 Bagaimana respon Pengguna *Tiktok* Lain terhadap konten Promosi Lagu *Jelajahi Rasa* di *Tiktok*?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Mengetahui bagaimana Aplikasi *Tiktok* bisa digunakan sebagai media promosi musik oleh Band HARRA.

1.3.2 Tujuan khusus

- a. Mengetahui bagaimana Pembuatan konten lagu *Jelajahi Rasa* yang dibuat oleh band Harra untuk mempromosikan lagu mereka di *Tiktok*
- b. Mendeskripsikan bagaimana proses promosi band HARRA pada Video *Tiktok Jelajahi Rasa*.
- c. Mengetahui bagaimana Respon pengguna *Tiktok* lain terhadap konten promosi lagu *Jelajahi Rasa*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi perkembangan dunia musik, khususnya bagi para musisi dalam mempromosikan albumnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Peneliti

Setelah melakukan penelitian ini, peneliti diharapkan mampu memahami tentang bagaimana strategi yang bisa diterapkan dalam upaya promosi di aplikasi

Tania Nursifa Yuniar, 2024

PENGUNAAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI LAGU JELAJAHI RASA OLEH BAND HARRA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tiktok, juga mampu mengetahui kelemahan atau kekurangan dan kelebihan apa yang didapatkan jika melakukan promosi di aplikasi *tiktok*.

1.4.2.2 Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu sumber literatur bagi mahasiswa, sehingga mahasiswa dapat memahami bagaimana cara yang bisa dilakukan untuk mempromosikan lagu atau karya mereka di aplikasi *tiktok*.

1.4.2.3 Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tolak ukur dan acuan bagi pembaca dan para musisi untuk mengetahui strategi apa yang bisa diterapkan sebelum melakukan promosi di *tiktok*.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Adapun sistematika dari skripsi ini yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

isi dari bab I yaitu mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

Bab II Kajian Pustaka

Bab II pada penelitian ini berisikan tentang landasan-landasan teori atau berisi teori-teori yang relevan berkenaan dengan judul penelitian yaitu promosi lagu di aplikasi *tiktok* seperti teori mengenai musik pop abad 21, perkembangan teknologi di *society 5.0*, sejarah aplikasi *tiktok*, dan lainnya, juga berisikan tentang penelitian terdahulu.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab III metodologi penelitian berisi tentang: metode dan desain penelitian dalam hal ini yaitu penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, instrumen penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab IV penelitian dan pembahasan berisi tentang temuan penelitian, yang dirancang berdasarkan dari rumusan masalah penelitian yang telah disusun di bab I

Bab V Kesimpulan, Implikasi dan Rekomendasi

Pada bagian kesimpulan, implikasi dan rekomendasi ini berisi tentang kesimpulan dari hasil temuan penelitian, serta implikasi dan rekomendasi bagi para pembaca dan pengguna hasil penelitian.