

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Keroncong merupakan salah satu genre musik hasil karya masyarakat Indonesia. Keberadaan musik keroncong di Indonesia tidak terlepas dari pengaruh bangsa Portugis sekitar abad ke-16 yang melakukan ekspansi ke Nusantara. Musik ini berasal dari musik Portugis yang disebut *Fado*. *Fado* populer di lingkungan masyarakat perkotaan Portugal hingga saat sekarang ini (Ganap, 2006).

Genre musik ini memiliki hubungan historis dengan sejenis alat musik portugis yang dikenal sebagai *cavaquinho*. Salwa El Sawan Castelo-Branco dalam Victor Ganap (2006) menjelaskan perjalanan *cavaquinho* sampai ke Indonesia seperti berikut ini.

Gitar kecil *cavaquinho* dibawa oleh pelaut Portugis dalam pelayaran mereka menemukan ‘dunia baru’. *Cavaquinho* di Madeira disebut *braguinha*, di Brazil dinamakan *Machete*, di Karibia disebut *cuatro*, di Hawaii menjadi *ukulele* dan di Indonesia menjadi *keroncong*.

Seiring berkembangnya musik keroncong di Indonesia, nampaknya terbentuk sebuah standar untuk penggunaan instrumen musik keroncong di dalam suatu grup keroncong. Harmunah (1986) menjelaskan: “Beberapa instrumen musik yang biasanya digunakan dalam musik keroncong adalah cak, cuk, gitar, cello petik, bass, violin dan flute. Kemudian juga vokalis sebagai penyampai dari isi dan melodi sebuah lagu keroncong”.

Musik keroncong dikategorikan dalam musik klasik tradisional (Sumaryo, 1981: 61) dan merupakan musik asli Indonesia (Suharto dalam Ladin, 2001: 3). Penyebaran musik keroncong terfokus pada kota-kota besar di Pulau Jawa seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Solo (Surakarta), Yogyakarta dan Surabaya. Kendati demikian, musik keroncong cukup tersebar luas di berbagai daerah di Nusantara. Hal ini salah satunya bisa dilihat dari perhelatan Solo Keroncong Festival yang diselenggarakan setiap tahun oleh Pemerintah Kota Solo bersama HAMKRI (Himpunan Artis dan Musisi Keroncong Republik Indonesia) Kota Solo. Setiap tahunnya, banyak grup musik keroncong atau Orkes Keroncong (OK) yang tampil pada acara tersebut. Mereka berasal dari berbagai kota di Indonesia, bukan saja dari

Pulau Jawa, melainkan juga dari luar Pulau Jawa. Tercatat, OK Sekar Kedaton Tenggarong (Kalimantan Timur), OK La Paloma Padang Panjang (Sumatera Barat), dan OK Banten pernah memeriahkan panggung acara ini. Hal ini menjadi salah satu pertanda bahwa popularitas musik keroncong cukup tersebar di berbagai penjuru Nusantara. Terakhir perhelatan ini digelar adalah pada tahun 2021 yang lalu, di era pandemi yang saat ini masih terjadi. Berikut adalah poster digital Solo Keroncong Festival tahun 2021 dimana banyak sekali seniman keroncong yang turut memeriahkan acara ini, seperti Waljinah, Sundari Soekotjo, Endah Laras dan lain-lain.



Gambar 1. 1
Poster Digital Solo Keroncong Festival 2021
(Sumber:kompas.com)

Selain perhelatan di dalam negeri, musik keroncong juga cukup santer terdengar pada kegiatan musik di luar negeri. Salah satu negara yang masih sering menggelar festival musik keroncong adalah Belanda, di mana hampir setiap tahun diselenggarakan suatu acara yang bertajuk “Tong Tong Festival” yang diadakan di kota Den Haag, Belanda. Beberapa musisi dan grup musik keroncong dari Indonesia juga pernah mengisi acara tersebut, seperti Sundari Soekotjo dan Orkes Krontjong Toegoe (Jakarta).



Gambar 1. 2

Sundari Soekotjo dan beberapa penyanyi keroncong asal Indonesia pada acara

Tong Tong Festival 2011

(Sumber: www.flickr.com)

Di dalam negeri, musik keroncong memang berkembang cukup pesat di Pulau Jawa. Selain pada perhelatan besar seperti Solo Keroncong Festival, musik ini tetap eksis di berbagai pelosok daerah di tanah Jawa. Dani Nur Saputra (2017) menjelaskan tentang eksistensi “Sukmo Budoyo”, salah satu grup musik keroncong yang berasal dari daerah Grobogan (Jawa Tengah) di tengah hingar bingar popularitas musik dangdut: “Musik keroncong yang dibawakan oleh grup musik Sukmo Budaya mampu menunjukkan eksistensinya di daerah Grobogan dan bersaing dengan jenis musik dangdut yang mendominasi kawasan tersebut. Grup musik tersebut dapat eksis karena dipengaruhi faktor-faktor yang mendukung eksistensinya antara lain manajemen grup, ciri khas, panggilan pentas, bentuk penyajian, panggung, tata suara, teknik bernyanyi keroncong, penggunaan alat musik, jenis lagu keroncong dan antusias masyarakat terhadap grup musik keroncong ini”. Lebih lanjut Dani menjelaskan bahwa grup tersebut masih tetap memainkan musik keroncong untuk memenuhi undangan pentas dan berbagai acara resmi di daerah tersebut.



Gambar 1. 3

Grup keroncong Sukmo Budoyo pada salah satu pentas musik

(Sumber: Dani Nur Saputra (2017))

Di tengah eksistensinya di blantika musik Indonesia, rupanya terdapat juga kekhawatiran tentang isu kepunahan musik keroncong. Hal ini bukan tidak mungkin terjadi, mengingat keroncong berada di arus perkembangan musik di Indonesia yang sangat pesat, baik perkembangan musik dari dalam negeri maupun luar negeri. Kekhawatiran ini nampaknya sudah berlangsung sejak lama. Suhardjono, salah satu seniman musik keroncong mengatakan: “Sejak Zaman Festival Gambir tahun 1950-an, keroncong hanya akrab di kalangan orang tua. Festival-festival keroncong hanya dihadiri oleh kerabat peserta. Minat dan apresiasi masyarakat luas terhadap keroncong sudah dirasakan sangat berkurang” (Tempo, 31 Desember 1977: 42).

Selain sepiunya festival musik keroncong, musik ini juga dianggap sebagai musik yang “kolot”, karena seperti yang kita ketahui bahwa penggemar musik ini kebanyakan berasal dari generasi tua. Mulyadi dan Indira (2019) menjelaskannya sebagai berikut: “Pelestarian keroncong terhambat oleh pakem-pakem (aturan-aturan) yang ditentukan oleh para tokoh senior musik tersebut. Pakem-pakem keroncong merupakan suatu bentuk hegemoni para tokoh senior keroncong untuk memberi batasan keroncong yang baik dan benar menurut versi mereka. Pada satu sisi, pakem-pakem dalam keroncong telah dapat menjaga kelestarian keroncong, sementara pada sisi lainnya tidak berhasil mengembangkan keroncong kepada peminat yang lebih luas”.

Aturan-aturan yang terdapat di dalam tubuh musik keroncong tersebut nampaknya kurang disukai oleh generasi muda atau generasi milenial, dimana: “Generasi tersebut (milenial) tumbuh menjadi individu-individu yang open minded, menjunjung tinggi kebebasan, kritis dan berani” (Suhariyanto, 2018: 20).

Selain pakem-pakem yang membatasi kebebasan para musisi untuk berkespresi, musik keroncong juga cukup jarang ditemui di berbagai media mainstream di Indonesia, seperti di televisi, radio dan beberapa media musik digital seperti spotify, youtube, joox dan lain-lain. Di televisi contohnya, musik keroncong hanya bisa dinikmati secara rutin pada saluran TVRI (Televisi Rakyat Indonesia) pada acara “Musik Indonesia: Keroncong”. Selain pada acara tersebut, rasanya sulit bagi kita untuk bisa menikmati musik musik keroncong melalui saluran televisi, mengingat betapa banyaknya saluran lain di televisi yang menyajikan berbagai sajian yang mungkin lebih menarik daripada musik keroncong.

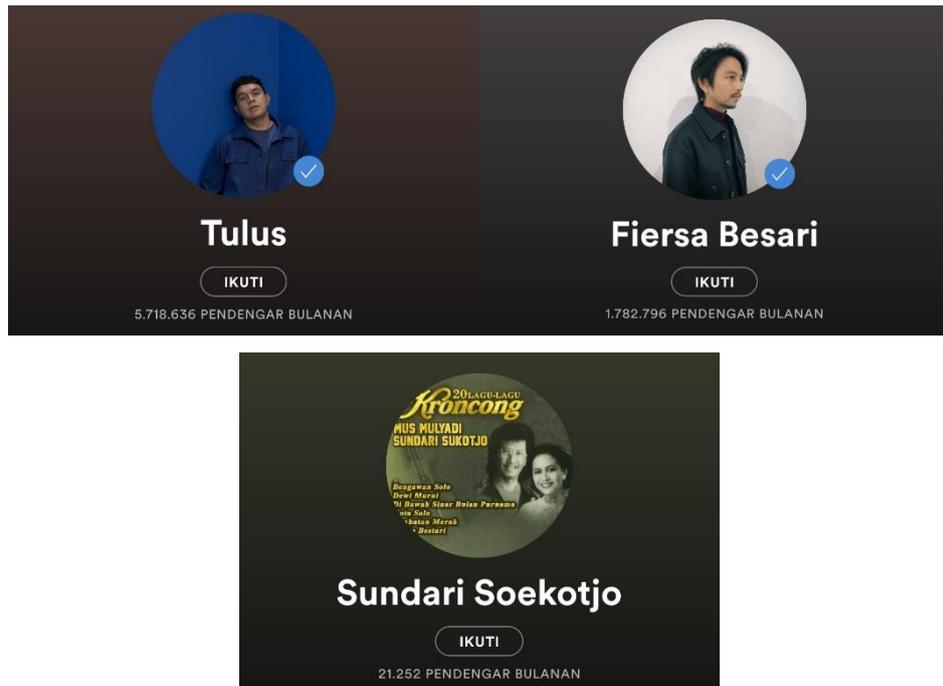


Gambar 1. 4

Acara Musik Indonesia: Keroncong pada saluran TVRI

(Sumber: www.tvri.go.id)

Kemudian, pada penyedia layanan musik digital seperti spotify, youtube, joox dan lain-lain, musik keroncong termasuk musik yang lebih sedikit didengarkan dibandingkan dengan genre musik yang lain yang sedang digemari seperti pop atau folk. Sebagai contoh, kita ambil beberapa musisi seperti Tulus (pop), Fiersa Besari (folk) dan Sundari Soekotjo (keroncong).



Gambar 1. 5

Perbandingan pendengar Tulus, Fiersa Besari dan Sundari Soekotjo pada aplikasi penyedia musik digital spotify
(Sumber: www.spotify.com)

Jika kita bandingkan, pendengar Sundari Soekotjo yang merupakan diva musik keroncong Indonesia masih jauh di bawah pendengar Tulus dan Fiersa Besari. Padahal, berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menunjukkan bahwa 35,5% dari populasi pengguna internet di Indonesia, atau sekitar 46,9 juta orang Indonesia mendengarkan musik secara online (Netti dan Irwansyah, 2018). Angka tersebut terbilang sangat besar (46,9 juta), sekitar 17% dari total penduduk Indonesia (270 juta lebih).

Lebih lanjut, Cummings (2016) menyebutkan: “Berdasarkan infografis yang dirilis oleh AdWeek, sekitar 72% dari pengguna Spotify adalah generasi milenial”. Tentu di dalam pelestarian dan pengembangan musik keroncong, diperlukan praktisi, pendengar dan penikmat musik keroncong dari golongan milenial, karena dengan begitu musik keroncong bisa berumur panjang.

Jika ditelisik lebih jauh, poin-poin di atas sangat erat kaitannya dengan aspek pemasaran dan promosi. Kesenian lokal Indonesia (bukan hanya keroncong)

cenderung lebih memanfaatkan media konvensional seperti televisi dan radio sebagai media pemasaran dan promosi mereka. Padahal, jika sasarannya adalah kaum muda (milenial), media tersebut nampaknya sudah kurang digandrungi. Suhariyanto (2018: 19) menjelaskan ciri-ciri generasi milenial sebagai berikut: “Milennial pasti lebih memilih ponsel daripada televisi. Menonton sebuah acara televisi kini sudah tidak lagi menjadi sebuah hiburan karena apapun bisa mereka temukan di telepon genggam”.

Sebagai contoh, Irhandayaningsih (2018) membuat tulisan tentang Pelestarian Kesenian Tradisional sebagai Upaya Dalam Menumbuhkan Kecintaan Budaya Lokal di Masyarakat Jurang Blimbing Tembalang. Beliau menggarisbawahi tentang upaya pelestarian dengan pengoptimalan media dokumentasi kesenian: “Mulai dari cara mengolah dengan manual maupun software digital, memproses dan mempresentasikan hasil dokumentasi dengan berbagai bentuk yang diolah kemudian memasarkan ke masyarakat umum. Inovasi lain dapat di Implementasikan melalui kemasan multimedia sebagai akses ke semua pihak”. Multimedia yang dimaksud tentu saja media-media yang beragam yang digunakan dalam rangka memasarkan dan mempromosikan segala bentuk kesenian lokal. Sehingga, diharapkan hal ini mampu menumbuhkan kecintaan terhadap budaya lokal Indonesia.

Salah satu grup keroncong yang masih eksis hingga saat ini adalah Krontjong Toegoe. Grup yang berasal dari Kampung Tugu yang dianggap sebagai kilometer nol keroncong (Victor Ganap, 2006) ini berdiri pada tahun 1988. Krontjong Toegoe merupakan pembaharuan grup keroncong di Kampung Tugu yang diisi oleh generasi baru. Jauh sebelum Krontjong Toegoe, musik keroncong telah sangat lama dimainkan di Kampung Tugu. Victor Ganap (2006: 82) menjelaskan sebagai berikut: “Sejauh ini tidak terdapat data yang pasti sejak kapan dan bagaimana proses dari genre Keroncong Tugu itu dilahirkan, kecuali mengacu kepada periode sejarah tahun 1661 ketika Kampung Tugu untuk pertama kalinya dihuni oleh keluarga mardjikers asal Goa dan Pulau Banda berdasarkan politik pemukiman Belanda terhadap mereka”. Lebih lanjut Victor Ganap juga menyebutkan terdapat beberapa grup keroncong di Kampung Tugu, baik sebelum

maupun sesudah Krontjong Toegoe berdiri, diantaranya adalah Grup Moresco Tugu (tahun 1925), Grup Pusaka Moresco Tugu Anno 1661 (tahun 1971) dan Grup Cafrinho Tugu (1991).

Sebagian besar seniman pada grup Krontjong Toegoe merupakan putra-putri asli dari Kampung Tugu. Berbagai generasi telah mengisi keanggotaan grup ini. Yang terbaru, ada Andre, Arthur, Saartje, Milton dan Arend – yang mana semuanya merupakan klan Michiels – turut aktif dalam grup tersebut. Selain itu, terdapat juga para seniman yang berasal dari luar Kampung Tugu dan tidak berasal dari klan Michiels, yaitu ada Illo, Eko, Tommy dan Fuad.



Gambar 1. 6

Orkes Krontjong Toegoe

(Sumber: www.instagram.com/krontjongtoegoe)

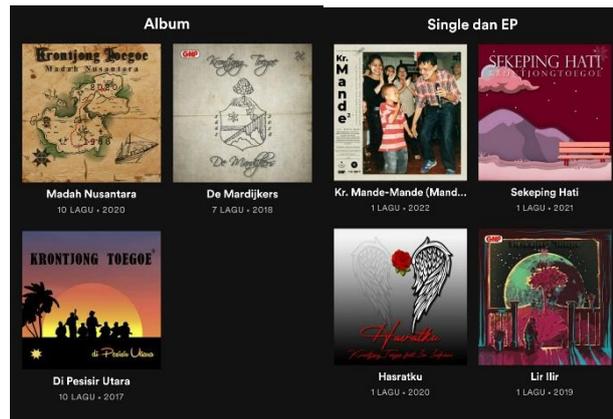
Krontjong Toegoe merupakan salah satu grup keroncong yang memiliki cukup banyak prestasi dan pengalaman, baik dalam skala nasional maupun internasional. Dalam skala nasional contohnya, Krontjong Toegoe pernah meraih penghargaan album musik keroncong terbaik pada ajang AMI Award tahun 2018. Adapun dalam skala internasional, Krontjong Toegoe beberapa kali ditunjuk mewakili Indonesia untuk bermain musik pada acara-acara seperti Tong Tong

Festival di Den Haag Belanda, Kolaborasi Indonesia dan Portugal di Lisboa Portugal, dan lain-lain.

Salah satu peristiwa penting yang terjadi pada tubuh Krontjong Toegoe terjadi pada tahun 2012. Telah terjadi penyerahan tongkat kepemimpinan Krontjong Toegoe, dari Andre Juan Michiels kepada putra sulungnya, Arend Juan Michiels. Hal ini terjadi secara aklamasi karena sudah menjadi budaya di Krontjong Toegoe bahwa estafet kepemimpinan secara otomatis akan diberikan dari pemimpin grup kepada keturunannya.

Dengan terpilihnya Arend Juan Michiels sebagai pemimpin Krontjong Toegoe, terdapat beberapa perubahan yang terjadi pada tubuh grup tersebut. Salah satu aspek penting adalah terjadinya digitalisasi dalam tubuh Krontjong Toegoe. Pengertian digitalisasi menurut Terry Kuny dalam Rasiman (2011) adalah “mengacu pada proses menerjemahkan suatu potongan informasi seperti sebuah buku, rekaman suara, gambar atau video, ke dalam bit-bit. Bit adalah satuan dasar informasi di dalam suatu sistem komputer. Adapun menurut Marilyn Deegan (2002): “Digitalisasi adalah proses konversi darisegala bentuk dokumen tercetak atau yang lain ke dalam penyajian bentuk digital”. Suci, dkk (2020) juga menyebutkan demikian: “Digital atau juga lebih sering dikenal dengan istilah digitalisasi merupakan suatu bentuk perubahan dari teknologi mekanik serta elektronik analog itu ke teknologi digital”.

Di era kepemimpinan Arend, terlihat produktivitas Krontjong Toegoe meningkat secara signifikan. Hal ini terlihat dari produksi album dan lagu yang berlangsung secara konsisten di setiap tahun. Tercatat, dalam lima tahun terakhir (2017-2022) Krontjong Toegoe telah memproduksi empat album dan empat lagu (single) yang mereka rilis pada situs musik digital spotify dan telah didengarkan sebanyak 42 ribu kali di 46 negara yang berbeda.



Gambar 1. 7

Album dan Lagu OKT dalam kurung waktu 2017-2022 dan data statistik Krontjong Toegoe pada media digital spotify
(Sumber: www.spotify.com/krontjongtoegoe)

Sebelum era kepemimpinan Arend, Krontjong Toegoe juga pernah memproduksi beberapa album. Hanya saja, saat itu tidak seproduktif Krontjong Toegoe yang sekarang. Tercatat, Krontjong Toegoe memproduksi dua album dalam kurun waktu 15 tahun (2000-2015), yaitu album Krontjong Toegoe in Blue (2008) dan Krontjong Toegoe Romantic Souvenir (2010).



Gambar 1. 8

Album Krontjong Toegoe in Blue (2008) dan Krontjong Toegoe Romantic Souvenir (2010)

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Selain pada produksi album, Krontjong Toegoe juga cukup aktif pada media digital seperti youtube dan instagram. Pada jejaring youtube misalnya, Krontjong Toegoe telah memiliki hampir tiga ribu pelanggan, 71 video dan telah ditayangkan sebanyak 492.397 kali. Hal ini membuktikan bahwa mereka cukup dikenali dan kontennya cukup digemari oleh para pengguna media tersebut.



Gambar 1. 9

Jumlah pelanggan, jumlah konten dan jumlah penayangan saluran youtube
Krontjong Toegoe

(Sumber: www.spotify.com/krontjongtoegoe)

Pada jejaring instagram, Krontjong Toegoe cukup rajin dalam mengupdate konten-konten mereka, baik yang berkaitan dengan kegiatan bermusik maupun sarana promosi dan pemasaran karya. Melalui instagram, nampaknya Krontjong Toegoe ingin menjangkau para pengguna jejaring sosial instagram guna terus meluaskan media promosi karya-karya mereka. Kontennya pun dibuat sedemikian rupa sehingga dapat diterima oleh para instagrammer yang notabnya kebanyakan didominasi oleh kaum muda.



Gambar 1. 10

Instagram Krontjong Toegoe dan Segmen “Nongkrong Ala Krontjong Toegoe” di Instagram

(Sumber: www.instagram.com/krontjongtoegoe)

Beberapa gejala di atas merupakan dampak positif yang dihasilkan dari digitalisasi yang dilakukan oleh Krontjong Toegoe. Digitalisasi ini membawa dampak positif bagi perkembangan dan pelestarian musik keroncong itu sendiri. Maka dari itu, berdasarkan gejala-gejala tersebut, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DALAM PRODUKSI DAN PEMASARAN KRONTJONG TOEGOE”.

1.2. Rumusan Masalah

Pemanfaatan media digital dalam proses produksi dan pemasaran Krontjong Toegoe merupakan kajian dalam penelitian ini. Fokus utama permasalahan penelitian ini terkait pengembangan strategi. Untuk dapat menjawab dan mendeskripsikan rumusan masalah di atas maka disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi pemanfaatan media digital dalam proses produksi Krontjong Toegoe?
2. Bagaimana strategi pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran Krontjong Toegoe?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan strategi pemanfaatan media digital sebagai media produksi Krontjong Toegoe.
2. Mendeskripsikan pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran Krontjong Toegoe.
3. Mendeskripsikan hasil analisis kelebihan dan kekurangan dari strategi yang telah dikembangkan oleh Krontjong Toegoe.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak di bawah ini.

1. Komunitas dan Seniman Keroncong

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi dalam memanfaatkan media digital sebagai media produksi dan pemasaran musik keroncong.

2. Krontjong Toegoe

Menjadi dokumentasi tertulis untuk Krontjong Toegoe mengenai perjalanan, perubahan dan eksistensi mereka di dalam bermusik keroncong. Dokumen ini juga dapat digunakan oleh generasi penerus Krontjong Toegoe tolak ukur untuk peningkatan dan pengembangan lebih lanjut.

1.5. Sistematika Penulisan

1. Bab I (Pendahuluan), meliputi:

- 1) Latar Belakang Masalah
- 2) Rumusan Masalah
- 3) Tujuan Penelitian
- 4) Manfaat Penelitian
- 5) Sistematika Penulisan

2. Bab II (Kajian Pustaka), meliputi:

- 1) Produksi Musik dan Media Produksi Musik
- 2) Pemasaran Musik dan Media Pemasaran Musik Digital
- 3) Krontjong Toegoe

3. Bab III (Metode Penelitian), meliputi:

- 1) Desain Penelitian
- 2) Lokasi Dan Subjek Penelitian
- 3) Teknik Pengumpulan Data
- 4) Teknik Pengolahan Data
4. Bab IV berupa Hasil Penelitian dan Pembahasan
5. Bab V berupa Simpulan dan Saran
6. Daftar Pustaka