

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Musik adalah cabang seni yang membahas dan menetapkan berbagai suara yang dapat dimengerti dan dipahami manusia.<sup>1</sup> Pengelompokan musik yang sesuai dengan kemiripannya dinamakan genre musik. Genre musik dapat dikelompokkan kedalam: musik klasik, musik kontemporer dan musik tradisional.<sup>2</sup> Genre musik yang akan dibahas oleh penulis di dalam penelitian ini adalah genre musik Hiphop.

Hiphop adalah seni kaum muda kulit hitam dimana lirik dirimakan diatas lagu yang telah direkam sebelumnya.<sup>3</sup> Hiphop tercipta pada akhir tahun 1970 di Bronx, New York dari spontanitas DJ Kool Herc yang mengisi kekosongan ritme dari lagu yang dia mainkan dengan kata-kata dan rima. Hiphop lahir pada saat terjadi krisis ekonomi dan angka kriminalitas di kota New York sedang tinggi-tingginya.<sup>4</sup> Hiphop merefleksikan keadaan sosial, ekonomi, politik, realita kultur dan kondisi kehidupan generasi muda yang mempengaruhi pola hidup, cara berpakaian, cara berbicara dan cara mereka memandang dunia.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Banoe, Pono. Kamus Musik. Yogyakarta: Kanisius, 2003.

<sup>2</sup> Setiawan, Heru. "Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan Pusat Pendidikan Musik di Yogyakarta." Tugas Akhir, 2001: 31-34.

<sup>3</sup> Pihel, Erik. "A Furified Freestyle: Homer and Hip Hop." Oral Tradition, 1996: 249.

<sup>4</sup> Diaz, Martha. "The World is Yours: A Brief History of Hip-Hop Education." 2011: 10.

<sup>5</sup> Stewart, Derrick P. Alridge dan James B. "The journal of African American History." Introduction: Hip Hop in History: Past, Present, and Future, 90 (2005).

Industri musik menurut Ricardo R. Álvarez merupakan industri dimana musik merupakan benda yang diperjual-belikan.<sup>6</sup> Industri musik Indonesia dikuasai oleh genre dangdut dan pop. Menurut survey yang dilakukan oleh Skala Survey Indonesia pada 21 Januari 2019 mengenai “Jenis Musik yang Disukai Publik di Indonesia” dangdut mendapatkan angka 58,1% dan pop mendapatkan angka 31,3%. Sedangkan Hiphop termasuk kedalam opsi genre yang tidak disebutkan dan diberi label ‘genre lainnya’ sebanyak 2.1%.<sup>7</sup> Padahal tiga musisi dengan jumlah fans terbesar di Indonesia (Rhoma Irama, Iwan Fals dan Slank) memiliki tema yang mengangkat isu sosial.<sup>8</sup> Karya Rhoma Irama bermuatan lirik-lirik yang sarat dengan kritik sosial dan berisi pesan-pesan moral.<sup>9</sup> Slank merupakan salah satu kelompok musik yang menerjemahkan realita sosial, politik, budaya, alam dan dunia pendidikan yang kerap melanda bangsa Indonesia dengan bahasa anak muda.<sup>10</sup> Lagu-lagu Iwan Fals sebagian besar bertema kritik dan keadilan sosial yang selalu kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari.<sup>11</sup> Namun hiphop yang memiliki karakteristik sebagai genre musik yang kerap bertemakan isu sosial tidak memiliki jumlah pendengar yang besar di Indonesia.

---

<sup>6</sup> Vázquez, Ricardo R. Álvarez. *The Music Industry in the Dawn of the 21st Century Networking for a Thriving Music Industry*. Elverum: Kunnskapsverket, 2017.

<sup>7</sup> Skala Survey Indonesia. Skala Survey Indonesia. Januari 21, 2019.

<http://www.skalasurveiindonesia.com/jenis-musik-yang-dicintai-publik-indonesia/> (accessed Desember 2, 2019).

<sup>8</sup> Nonto, Albert W. [www.globeasia.com](http://www.globeasia.com). April 2017. <https://www.globeasia.com/cover-story/music-and-politics/> (accessed Oktober 2018).

<sup>9</sup> Alrianingrum, Septina. "Musik Dangdut Rhoma Irama Sebagai Media Kritik Politik Pada Orde Baru Tahun 1977-1983." 2016.

<sup>10</sup> Sugiwardana, Ridwan. "Pemaknaan Realitas Serta Bentuk Kritik Sosial Dalam Lirik Lagu Slank." n.d.

<sup>11</sup> Ronald Albert Michael Wijaya, M. Shoim. "Kritik Sosial Dalam Lagu Iwan Fals Periode Tahun 1980-1992." 2014.

Namun, lain ceritanya dengan sub-hiphop Indonesia yang berasal dari Jawa khususnya Yogyakarta yaitu hiphop Jawa. Hiphop Jawa merupakan perpaduan antara musik hiphop dengan budaya Jawa.<sup>12</sup> Yogyakarta menghasilkan puluhan rapper Jawa yang sempat menaiki puncak popularitas seperti Jahanam yang lagunya sempat diputar di radio SBS, Australia.<sup>13</sup> Perkembangan Hiphop Jawa mencapai puncaknya ketika Jogja Hiphop Foundation didirikan pada tahun 2003.<sup>14</sup> Jogja Hip Hop Foundation merupakan komunitas yang menjadi tempat bagi musisi-musisi hiphop yang berada di kawasan Yogyakarta.<sup>15</sup> Kemunculan Jogja Hiphop Foundation menyebabkan munculnya banyak komunitas hiphop di berbagai daerah di Indonesia seperti Bali, Medan, Gorontalo, Bandung, Aceh, dan Ambon.<sup>16</sup> Pendiri Jogja Hiphop Foundation, Marzuki Mohamad pernah diangkat sebagai duta Yogyakarta oleh Sri Sultan Hamengku Buwono X.<sup>17</sup>

Menurut Herry Sutresna, Hellhouse merupakan komunitas hiphop terbesar di Yogyakarta.<sup>18</sup> Hellhouse dibentuk oleh Alexander Sinaga yang juga merupakan

---

<sup>12</sup> Rakhmawati, Lisnia Yulia. "Hip Hop Jawa Sebagai Pembentuk Identitas Kelompok Jogja Hip Hop Foundation." Skripsi, 2011: 4-6.

<sup>13</sup> Basfin Siregar, Arif Koes Hermawan. "Kebangkitan Hip Hop Jawa." Majalah Gatra, Januari 4, 2012.

<sup>14</sup> Jogja, Tribun. Tribunjogja.com. Juni 12, 2012.

<http://jogja.tribunnews.com/2012/06/12/pasang-surut-musik-hip-hop-yogya>.

<sup>15</sup> Rakhmawati, Lisnia Yulia. "Hip Hop Jawa Sebagai Pembentuk Identitas Kelompok Jogja Hip Hop Foundation." Skripsi, 2011: 4-6.

<sup>16</sup> Basfin Siregar, Arif Koes Hermawan. "Kebangkitan Hip Hop Jawa." Majalah Gatra, Januari 4, 2012.

<sup>17</sup> Wulandari, Niken Paramita. Republika.co.id. Desember 19, 2012.

<https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/12/12/19/mfa50p-jogja-hip-hop-foundation-dari-bahasa-jawa-jadi-penghargaan>.

<sup>18</sup> Sutresna, Herry. Tiga Alasan Pecinta Hip Hop Lokal Perlu Belajar Pada Wijilan. April 10, 2018. [https://www.vice.com/id\\_id/article/a3y4zb/tiga-alasan-pecinta-hip-hop-lokal-perlu-belajar-pada-wijilan](https://www.vice.com/id_id/article/a3y4zb/tiga-alasan-pecinta-hip-hop-lokal-perlu-belajar-pada-wijilan).

manajer Jogja Hiphop Foundation. Tiga anggota inti Jogja Hiphop Foundation yaitu Perdana Putra, Heri Wiyoso dan Janu Prihainanto juga merupakan anggota Hellhouse.<sup>19</sup> Hellhouse merupakan komunitas hiphop yang menjadi medium bagi anak-anak muda yang mencintai hiphop untuk melakukan kegiatan bersama warga sekitar.<sup>20</sup>

Segmentasi pasar adalah suatu proses membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan berdasarkan kebutuhan, karakteristik, maupun tingkah laku berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran terpisah.<sup>21</sup> Dalam penelitian ini, digunakan analisa segmentasi psikografis dengan menganalisis kultur dan perilaku pelanggan responden. Kultur dalam setiap tempat dapat dilihat dari sikap masyarakat terhadap sistem nilai. Sistem nilai adalah sebuah sistem kepentingan peringkat dari nilai-nilai umum.<sup>22</sup>

Perilaku pelanggan adalah ilmu yang mempelajari proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan atau membuang produk, layanan, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku pelanggan dapat dianalisis dari peran konsumen, motivasi dan nilai.

---

<sup>19</sup> Tribun Jogja. "Hellhouse Komunitas Terbesar di Yogyakarta." Tribun Jogja, 2012.

<sup>20</sup> Sutresna, Herry. Tiga Alasan Pecinta Hip Hop Lokal Perlu Belajar Pada Wijilan. April 10, 2018. [https://www.vice.com/id\\_id/article/a3y4zb/tiga-alasan-pecinta-hip-hop-lokal-perlu-belajar-pada-wijilan](https://www.vice.com/id_id/article/a3y4zb/tiga-alasan-pecinta-hip-hop-lokal-perlu-belajar-pada-wijilan).

<sup>21</sup> Armstrong, Philip Kotler &. 2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

<sup>22</sup> Michael Solomon, Gary Bamossy, Søren Askegaard, Margaret K Hogg. *Consumer Behaviour a European Perspective*. Harlow: Prentice Hall Europe, 2006.

Perilaku pelanggan dipengaruhi oleh kultur kelompok sosial darimana individu berasal.<sup>23</sup>

Perlu ditekankan bahwa penelitian ini memandang Jogja Hiphop Foundation sebagai kelompok musik. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan segmentasi psikografis responden yang dikelompokkan ke dalam data kemudian menganalisis bagaimana perilaku pelanggan terhadap kelompok musik Jogja Hiphop Foundation pada generasi muda (17-25 tahun) di komunitas Hellhouse Yogyakarta. Segmentasi Psikografis responden dikelompokkan

Tujuan dari penelitian adalah menganalisis bagaimana perilaku konsumen kalangan generasi muda Jogjakarta (17-25 tahun) terhadap Jogja Hiphop Foundation dengan wawancara terhadap generasi muda Jogjakarta yang bergelut di komunitas Hellhouse Jogjakarta. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik riset dokumentasi melalui jurnal dan artikel di internet, wawancara yang dilakukan penulis sebagai pewawancara dan Pramudya Adhi Wardhana selaku narasumber dan kuesioner terhadap generasi muda Jogjakarta (17-25 tahun) yang bergelut di komunitas Hellhouse Jogjakarta.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berpedoman dari latar belakang, penulis merumuskan beberapa rumusan masalah seperti berikut:

---

<sup>23</sup> Ibid

1. Bagaimana perilaku pelanggan generasi muda Yogyakarta (17 -25 tahun) di komunitas Hellhouse Yogyakarta terhadap kelompok musik Jogja Hiphop Foundation?
2. Bagaimana pengaruh budaya Yogyakarta terhadap pola konsumsi musik generasi muda Yogyakarta (17-25 tahun) di komunitas Hellhouse dalam mengkonsumsi kelompok musik Jogja Hiphop Foundation?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perilaku pelanggan generasi muda Yogyakarta (17-25 tahun) di komunitas Hellhouse Yogyakarta terhadap Jogja Hiphop Foundation.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Sebagai sumber penelitian untuk penelitian selanjutnya di dalam lingkup Hiphop Indonesia terutama Yogyakarta.
2. Sebagai tolak ukur kelompok musik hiphop Yogyakarta selanjutnya.
3. Sebagai landasan teori untuk penelitian selanjutnya.
4. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran bagi pelaku hiphop di seluruh Indonesia.

### **1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah**

Ruang lingkup dalam penelitian ini hanya dibatasi oleh kelompok musik Jogja Hiphop Foundation, Segmentasi Psikografis menggunakan Kultur, teori perilaku pelanggan yaitu motivasi, nilai, dan dan tidak termasuk kelompok musik lainnya.

