

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap makhluk hidup pasti memiliki kebutuhannya masing-masing, tidak terkecuali manusia. Rohman (2010), mendefinisikan kebutuhan sebagai keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan menjalankan fungsinya. Maslow (1943), berpendapat bahwa kebutuhan manusia dapat dibagi menjadi 5 yaitu kebutuhan fisiologis yakni makan, minum, tidur, dan bernafas, kemudian kebutuhan keamanan dan keselamatan (bebas dari ketakutan dan ancaman), kebutuhan kasih sayang dan rasa memiliki, kebutuhan harga diri (prestasi, penghormatan, nama baik), dan juga kebutuhan aktualisasi diri (memotivasi individu untuk mengubah kemampuannya menjadi karya). Dari sini dapat disimpulkan bahwa kebutuhan merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup manusia. Meskipun begitu, setiap manusia memiliki kebutuhan yang berbeda-beda.

Kebutuhan manusia sangat bervariasi. Hal ini mencakup aspek-aspek seperti kebutuhan fisik, spiritual, perkembangan pribadi, rasa aman, dan lainnya (Sendari, 2023). Faktor-faktor seperti kondisi alam, agama, budaya, pekerjaan, perubahan zaman, pendapatan, usia, kepuasan, minat, pendidikan, dan jenis kelamin dapat mempengaruhi jenis kebutuhan yang dimiliki seseorang (Pangemanan, 2022). Oleh karena itu, setiap individu memiliki cara uniknya sendiri untuk memenuhi beragam kebutuhannya.

Kebutuhan manusia menurut sifatnya dapat dibagi menjadi kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Kebutuhan jasmani merupakan kebutuhan akan barang atau jasa yang berkaitan dengan fisik manusia seperti pakaian, olahraga, makanan, dan minuman (Pratama, 2020). Sedangkan, kebutuhan rohani meliputi agama, pendidikan, dan hiburan (Fauziyah, 2021). Kebutuhan rohani berhubungan langsung dengan psikologis seseorang, terpenuhinya kebutuhan rohani membuat seseorang lebih bahagia dan dapat menjalani hidupnya dengan lebih semangat (Ichsanti, 2023). Oleh karena itu, baik kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani harus terpenuhi dengan baik.

Banyaknya aktivitas yang dilakukan oleh manusia membuat hiburan menjadi salah satu kebutuhan yang penting bagi sebagian orang. Hiburan menjadi salah satu pilihan untuk mengatasi rasa penat setelah banyaknya aktivitas yang sudah dilalui bahkan juga sebagai media untuk menyalurkan hobi (Broderick & Blewitt, 2006). Schwarz menjelaskan bahwa hobi merupakan suatu aktivitas yang diminati seseorang dalam waktu luangnya (Anggraini, 2022). Hobi dapat berupa olahraga, menonton film, memasak, membaca buku, dan juga mendengarkan musik (Sitompul, 2023). Maka dari itu, musik dapat menjadi salah satu pilihan hiburan banyak orang untuk memenuhi kebutuhan rohani.

Musik sejak lama sudah dikenal sebagai hal yang memiliki banyak manfaat bagi manusia. Manfaat mendengarkan musik diantaranya adalah memperbaiki ingatan, membantu melepas *stress*, membantu meredam rasa cemas, membantu mengatur rasa sakit, memperbaiki kualitas tidur, mengurangi kelelahan, meningkatkan kinerja olahraga, meningkatkan semangat (Kubicek, 2022). Hal ini

didukung oleh pernyataan Sahionge (2021), musik terbukti dapat membantu kesehatan jantung dan menurunkan tekanan darah. Jadi dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa musik tidak hanya sebagai hiburan semata, tetapi juga membawa banyak manfaat bagi pendengarnya.

Banyaknya masyarakat yang senang mendengarkan musik membuat perkembangan industri musik di Indonesia berkembang dengan sangat cepat. Hal ini ditandai oleh pertumbuhan platform *streaming*, festival musik yang semakin meluas, serta musisi baru yang aktif di industri musik melalui platform digital dan media sosial untuk *live streaming* (Hermansyah, 2021). Oleh karena itu, perkembangan yang sangat cepat ini menuntut para musisi untuk berpikir kreatif agar dapat memanfaatkan setiap media yang ada dan memaksimalkan penyampaian karyanya kepada *audience*.

Berbeda dengan media tradisional yang hanya dapat berkomunikasi satu arah kepada *audience*, media *online* membuat penggunanya dapat berinteraksi satu sama lain secara langsung. Media *online* memiliki banyak keunggulan lainnya seperti lebih cepat dibandingkan media tradisional terutama media cetak dan jangkauan media *online* lebih luas bahkan hingga mancanegara (Putri, 2022). Selain itu, media *online* juga memiliki peran yang besar untuk mengubah tren. Cepatnya perubahan tren musik di Indonesia yang dipengaruhi oleh TikTok (Indita, 2022). Studi yang dilakukan oleh *Music Business Worldwide* pada tahun 2021 menyatakan bahwa 75% dari total 116.000.000 pengguna TikTok di Amerika menggunakan TikTok untuk menggali musisi baru. Maka dari itu, walaupun penggunaan media digital dianggap efektif, namun media digital tetap

belum bisa menggantikan *euphoria* yang diciptakan oleh konser musik secara *onsite*.

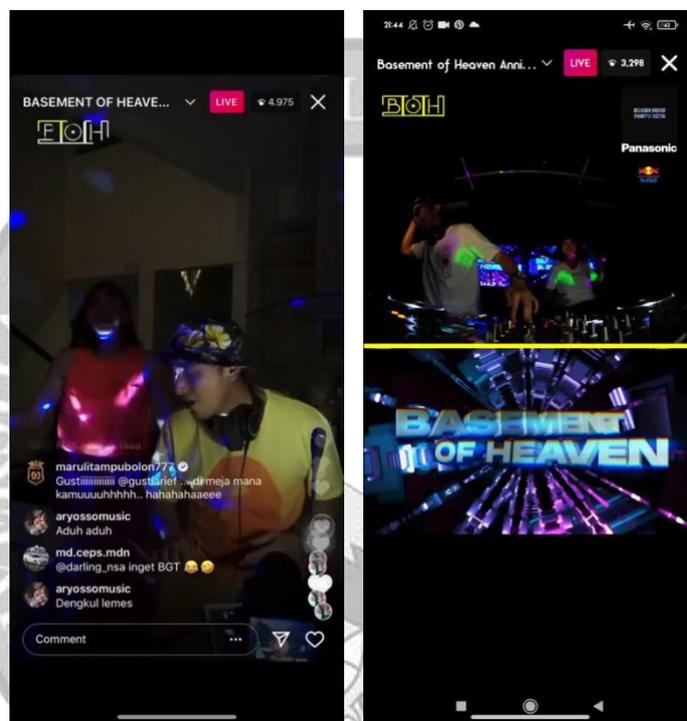
Keberadaan pandemi Covid-19 mengancam banyak sektor serta industri pekerjaan. Salah satu industri yang terdampak adalah industri hiburan, termasuk industri musik, layar lebar dan televisi yang harus berhenti total semenjak diberlakukannya Pembatasan Sosial Skala Besar (PSBB) pada 15 Maret 2020 (Rantung, 2021). *PricewaterhouseCoopers* (PwC), melakukan survei pada tahun 2020 terhadap 73 negara dan mencatat bahwa sektor perhotelan dan hiburan merupakan sektor yang paling terdampak pandemi. oleh karena itu banyak acara-acara hiburan yang harus tertunda.

Acara hiburan harus ditunda akibat pandemi pada tahun 2020 awal. Hal ini ditandai dengan banyaknya konser dan festival musik yang dibatalkan atau ditunda di Indonesia mulai dari konser tunggal Raisa di GBK Senayan yang seharusnya diselenggarakan pada 27 Juni 2020, tetapi ditunda dan baru diselenggarakan pada 25 Februari 2023 dan *We The Fest* 2020 yang dibatalkan secara total (Saraswati, 2020). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Federasi Serikat Musisi Indonesia (Fesmi) pada tahun 2021 terhadap 186 orang dengan wilayah kerja DKI Jakarta dan Jawa Barat menyatakan 55% musisi Indonesia telah menjual alat musiknya untuk bertahan hidup selama masa pandemi Covid-19 (Purbowiseso, 2021). Maka dari itu, banyak musisi yang berusaha untuk bertahan hidup dengan mengadakan *live performance* melalui media sosial seperti siaran langsung Instagram, YouTube live, dan TikTok.

Konser virtual atau *live performance* melalui media sosial menjadi salah satu pilihan yang sangat populer bagi para penggemar musik selama pandemi. Hal ini dikarenakan bahwa orang yang mendengarkan musik dapat mengurangi stres akibat pandemi dan memiliki efek yang sama dengan olahraga atau tidur (Vidas, 2021). Orang yang mendengarkan musik dalam jangka panjang selama *lockdown*, dinyatakan memiliki kepuasan hidup yang lebih tinggi dibandingkan orang yang hanya menonton TV dan *film* selama masa *lockdown* (Krause, 2021). Oleh sebab itu, konser virtual menjadi salah satu pilihan yang sangat populer untuk melepas stres selama masa PSBB.

Banyak musisi yang mencoba untuk menghadirkan konser virtual melalui media sosial. Bobby Kool, vokalis sekaligus gitaris dari band rock *Superman is Dead* (SID) memutuskan untuk melakukan *live streaming* melalui media Instagram dengan judul #NgamenOnline (Zakaria, 2020). Bobby berhasil mendapatkan “saweran“ sebesar Rp. 4.500.000,00 yang hasilnya dibagikan kepada member SID untuk bertahan hidup di masa pandemi (Kool, 2020). Selain itu ada juga akun instagram *showbizdeal* (@showbizdeal) yang memfasilitasi banyak musisi *Electronic Dance Music* (EDM) untuk melakukan *live streaming* melalui *websitenya* dan mendapatkan saweran dari para penonton. Showbizdeal mengadakan *live streaming session* yang diberi judul “*Rave from Home*“ yang diadakan setiap hari Jumat malam. Hasil dari saweran yang didapat digunakan untuk donasi kepada pekerja terdampak dan juga dibagikan kepada musisi yang tampil (Silvia, 2021). Maka dari itu, dapat diketahui bahwa banyak musisi yang mengandalkan *live streaming* untuk bertahan hidup di masa pandemi.

Salah satu musisi yang berhasil menghibur dengan menampilkan *live performance* melalui *live* Instagram pribadinya adalah Winky Wiryawan. Winky memilih untuk mengisi waktu luangnya dengan melakukan *live streaming* dengan memainkan lagu-lagu dari tahun 80-an hingga awal 2000-an yang akhirnya diberi nama Basement of Heaven.



Gambar 1 Kompilasi live Instagram Winky Wiryawan
Sumber : Dokumen pribadi Evita Pipit

1.2 Identifikasi Masalah

Winky Wiryawan memulai karirnya sebagai *disc jockey* sejak tahun 1994. *Disc jockey* (DJ) sering kali dipandang sebagai profesi yang negatif oleh masyarakat (Rosa, 2023). Kiki Amalia menyatakan bahwa DJ juga merupakan seniman yang memiliki kreativitas dan musikalitas yang tinggi (Nurachman, 2019). Dewasa ini, DJ tidak hanya bekerja dalam lingkup dunia malam saja

melainkan sudah sering kali terlibat pada beragam acara mulai dari pernikahan, ulang tahun, pentas seni sekolah, acara olahraga, *launching* produk, dan berbagai acara musik lainnya (Ernanto, 2023). Maka dari itu, peran DJ tidak hanya terbatas dalam lingkup industri dunia malam saja, tetapi dapat merambah ke industri lainnya seperti festival rakyat dan radio.

Musik elektronik yang biasa dimainkan DJ juga memiliki dampak yang baik bagi pendengarnya. Musik dengan ketukan 50-80 BPM (*beat per minute*) misalnya musik *house* diketahui dapat meningkatkan fokus saat bekerja dan belajar, lalu musik dengan ketukan di atas 100 BPM seperti *dubstep*, *drum & bass*, *trance*, dan *hardstyle* dipercaya cocok untuk meningkatkan semangat saat berolahraga (Astuti, 2018). Sementara untuk penderita *attention-deficit/hyperactivity disorder* atau yang lebih dikenal sebagai ADHD, direkomendasikan untuk mendengarkan musik yang memiliki BPM cepat untuk meningkatkan konsentrasi, kreativitas, dan melepaskan hormon *dopamine* (Shenfield, 2023). Oleh sebab itu, dapat dilihat bahwa skena musik EDM dan DJ tidak selalu membawa dampak buruk bagi pendengarnya.

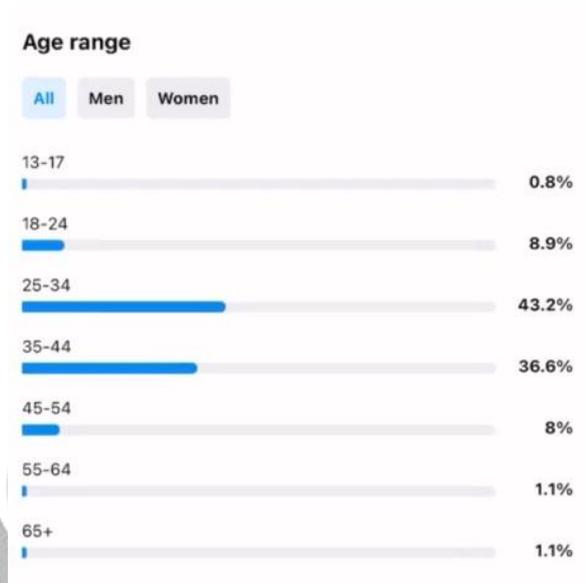
Terhentinya dunia hiburan karena pandemi juga berdampak pada industri dunia malam. Winky merupakan salah satu individu yang terdampak dengan adanya pandemi. Mulai dari dibatalkannya festival musik hingga penutupan tempat-tempat hiburan malam membuat Winky harus berdiam diri di rumah. Winky memutuskan untuk mengisi kekosongannya dengan melakukan *live streaming* dengan menampilkan keahliannya sebagai seorang DJ. Berawal dari sekadar iseng, Winky akhirnya memutuskan untuk lebih serius dalam membangun Basement of Heaven sebagai *branding* baru untuk dirinya.



Gambar 2 Penampilan Winky Wiryawan sebagai B.O.H di Panggung. Sumber: Dokumentasi peneliti

Strategi *rebranding* Winky dilakukan dengan merubah musik yang dimainkannya. Basement of Heaven atau B.O.H berfokus dalam memainkan lagu-lagu dari tahun 1980 hingga awal 2000. Hal ini berbeda dengan pertunjukan Winky biasanya yang *open format* dan cenderung memainkan lagu-lagu yang lebih baru atau lagu yang sedang *trending* saat ini. B.O.H mengajak para pendengarnya bernostalgia bersama sekaligus mengenalkan musik era tersebut kepada pendengar yang lebih muda. Hal ini dinyatakan dalam *caption* Instagram dari Winky Wiryawan (@winkywiryawan912) “*Enjoy the journey of our memories back then*“ yang didukung juga dengan *tagline* B.O.H yaitu “*Our journey, our memories, our anthem*“.

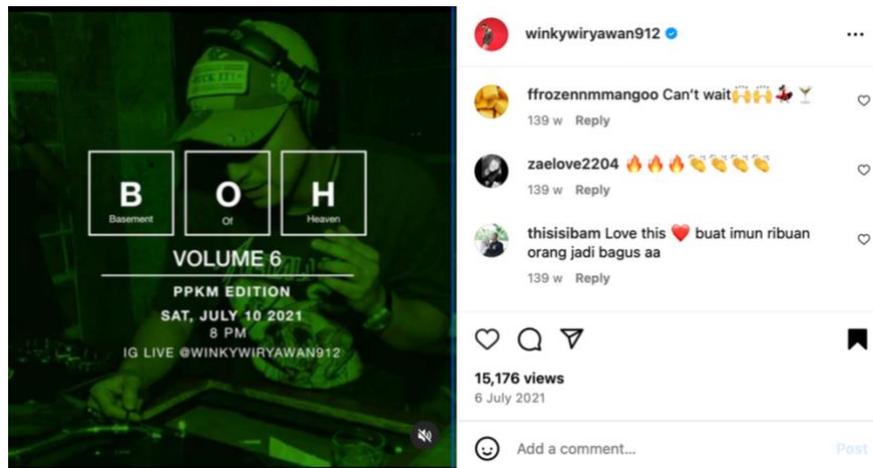
Live streaming B.O.H terbagi ke dalam 9 sesi yang dimulai sejak 28 Oktober 2020 hingga 29 Oktober 2021. Winky berhasil menarik lebih dari 180.000 penonton untuk mendengarkan penampilan B.O.H melalui *live* Instagram. B.O.H juga berhasil menarik beberapa sponsor melalui *live streaming*-nya seperti Redbull, Panasonic, dan juga Samsung. Pengikut dari Winky yang didominasi oleh generasi *milenial* dan generasi X juga menunjukkan dukungan positif melalui kolom komentar pada unggahan dan juga *live streaming* Winky. Salah satu pendengar Winky bahkan terlihat menunjukkan dukungannya dengan membuat tato logo dari B.O.H di lengan kanannya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi *rebranding* yang dilakukan oleh Winky diterima dengan baik oleh para pendengarnya.



Gambar 3 Data umur pengikut Instagram Winky Wiryawan.
Sumber: Winky Wiryawan



Gambar 4 Winky dan pendengar dengan tato Basement of Heaven.
Sumber: Instagram @winkywiryawan912



Gambar 5 Komentar positif pendengar mengenai Basement of Heaven.
Sumber: Instagram @winkywiryawan912

Kemampuan Winky Wiryawan dalam membangun B.O.H sebagai *brand* baru dalam waktu yang relatif singkat dan prestasi yang signifikan merupakan sebuah pencapaian yang menarik. Saat ini, set Basement of Heaven terbagi menjadi B.O.H dan B.O.H FM. Kehadiran B.O.H maupun B.O.H FM sudah sering kali ikut meramaikan festival musik di Indonesia salah satunya adalah Milo Run dan *The Sounds Project* yang diselenggarakan pada 11-13 Agustus 2023. Maka dari itu, perubahan *branding* Winky Wiryawan menjadi musisi yang dikenal dengan musik khas tahun 80-an hingga awal tahun 2000 dianggap efektif meningkatkan eksistensinya di industri musik. Pencapaian tersebut tidak akan terwujud jika tidak menggunakan strategi *rebranding* yang tepat. Maka dari itu, peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi *rebranding* yang dilakukan oleh Winky Wiryawan.

1.3 Rumusan Masalah

Mengacu pada masalah yang telah dijabarkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami penerapan *retro-branding* dalam proses *rebranding* yang dilakukan oleh Winky Wiryawan dalam membangun Basement of Heaven.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk memahami penerapan *retro-branding* dalam proses *rebranding* Winky Wiryawan menjadi Basement of Heaven.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Sebagai bahan referensi bagi penelitian lanjutan yang ingin melakukan penelitian tentang penerapan *rebranding* dan *retro-branding* dalam *brand*.
- 2) Sebagai masukan kepada para musisi baik lama maupun baru dalam menerapkan *rebranding* dan *retro-branding*.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini terdiri dari enam bab, yaitu :

1) Bab 1: Pendahuluan

Pendahuluan merupakan bab yang menjelaskan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

2) Bab 2: Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka merupakan bab yang menjelaskan landasan teoritis, penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini, dan kerangka teoritis.

3) Bab 3: Metodologi Penelitian

Metodologi Penelitian adalah bab yang menjelaskan metode yang digunakan pada penelitian ini,

4) Bab 4: Hasil dan Pembahasan

Hasil dan Pembahasan merupakan bab yang menampilkan hasil dari penelitian dan pembahasan lebih jelas terkait hasilnya berdasarkan pengamatan penulis.

5) Bab 5: Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan Saran merupakan bab yang menunjukkan kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

