

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, banyak aliran musik yang semakin berkembang sesuai dengan tren yang mengadopsi genre musik yang telah ada dari dulu, salah satunya adalah musik jazz. Pada sejarahnya, musik jazz pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1930-an yang dibawa oleh para imigran dari Filipina. Pada saat itu, musik jazz banyak dimainkan di berbagai hotel di kota Jakarta, Surabaya, dan Bandung.<sup>1</sup> Walau belum begitu populer di Indonesia, popularitas musik jazz di Indonesia perlahan naik. Muncul musisi-musisi jazz pada tahun 1980-an seperti Ireng Maulana, Benny Likumahuwa, dan Elfa Secioria. Nama-nama tersebut merupakan musisi pertama yang mempunyai rekaman jazz di Indonesia.<sup>2</sup>

Seiring berjalan waktu, musik jazz pun berkembang di Indonesia. Musisi-musisi jazz muda semakin banyak bermunculan seperti Barry Likumahuwa, Gerald Situmorang, dan lainnya. Selain itu, genre jazz pun berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Salah satunya adalah genre *electronic jazz*.

*Electronic jazz* atau *nu jazz* merupakan genre yang menampilkan konsep improvisasi dan harmoni yang biasa ditemukan dalam musik jazz. Genre ini muncul di akhir abad ke-21 dan sangat populer di Eropa seperti Jazzanova dari Jerman, *England's Quantic and the Cinematic Orchestra* dari Inggris, serta *Xploding Plastix*

---

<sup>1</sup> Rizki N. Maulida & Corry Liana. "Benny Likumahuwa dalam Perkembangan Musik Jazz di Indonesia Tahun 1966-1986". *Avatara, e-journal Pendidikan Sejarah*, Vol. 6, No. 2 (2018).

<sup>2</sup> Paulus N. Prasetyo. "Idang Rasjidi Dalam Perspektif Perkembangan Musik Jazz di Indonesia". *Jurnal Pendidikan Seni Musik*, Vol. 6, No. 8 (2017)

dan *Jaga Jazzist* dari Norwegia.<sup>3</sup> Musisi Indonesia yang mengusung genre *electronic jazz* antara lain; Barry Likumahuwa Project, Subway Heat, *Batavia Collective*, *Littlefingers*, dan lainnya.

Menurut Thom Holmes dalam buku "*The Roots of Electronic Jazz, 1950-1970*", musik jazz dan elektronik merupakan dua hal yang sangat berbeda. Dimana musik elektronik pada jaman itu identik dengan *tape composition* atau komposisi kaset yang bagi kebanyakan orang musik elektronik hanya memutar *tape* menggunakan penguat suara.<sup>4</sup> Musisi jazz pada masa itu mencoba keberuntungan mereka dengan teknologi *tape recorder* yang akhirnya menjadi instrumen baru untuk bereksperimen dengan musik jazz. Genre ini memiliki empat karakteristik, seperti: penekanan pada *groove* (berfokus pada *groove* yang dimainkan di bawah harmoni jazz), tumpang tindih dengan genre lain (pendekatan dengan beberapa genre seperti hip-hop, *downtempo*, dan broken beat), harmoni yang rumit (memiliki konsep harmoni yang rumit dan lebih banyak ruang untuk berimprovisasi), dan komposisi seperti musik rok/cadas (beberapa kelompok musik memiliki pendekatan ke musik rok atau *fusion*).

Salah satu kelompok musik elektronik jazz Indonesia adalah *Littlefingers*, yang terbentuk di tahun 2019. Kelompok ini terdiri dari tiga personel yaitu, Chika Olivia (keyboard), David Halim (drum) dan Tjdika (bass elektrik). Memulai karir kelompok musiknya dengan merilis single perdana pada awal tahun 2020 "*Can Good Things Last Forever?*" yang berkolaborasi dengan Natania Karin,

---

<sup>3</sup> MasterClass. "Nu Jazz Music Guide: 4 Characteristics of Nu Jazz Music". *Masterclass*. 2021. <https://www.masterclass.com/articles/nu-jazz-music-guide#2UXmWkyHxyzQEK6LxgrVyy>

<sup>4</sup> Kevin V. Suwandhi. "Perspektif: Sebuah Komposisi Jazz untuk Band Kombo". *Journal of Music Science, Technology, and Industry*, Vol. 5, No. 1. (2022).

*Littlefingers* berhasil meraih 700 ribu lebih stream di berbagai *digital streaming platform*. Angka tersebut merupakan suatu pencapaian untuk sebuah kelompok musik yang baru merilis single pertamanya.

*Littlefingers* juga telah mencuri perhatian dari berbagai media seperti MLDSpot, Billboard Indonesia, dan Siasat Partikelir. Serta masuk ke berbagai playlist di platform Spotify seperti Jazz Anak Negeri dan Rebahan. Tak hanya eksis di dunia maya, *Littlefingers* juga sudah sering mengadakan *showcase* seperti di Paviliun Sembilan, *Soundtrip* Jakarta, Sesi Roemahan, *Fabster Stage*, *The Next Big Thing*, *Ear House*, dan lainnya. Selain mengadakan *showcase*, *Littlefingers* juga kerap bermain di panggung festival seperti *ASEAN Music Showcase Festival* di Singapura, *UAH Festival* di Penang, Malaysia, *KL Live Fact* di Kuala Lumpur, Malaysia, Pesta Pora, *Synchronize Festival*, *Java Jazz Festival*, serta *Gyeonggi INMUFE* dan *Boogie Woogie Midnight Jazz* di Korea Selatan.<sup>5</sup>

Kelompok musik ini termasuk dalam kategori *indie*, karena tidak bernaung di bawah manajemen musik tertentu. Namun, *Littlefingers* dapat bermain di berbagai negara di ASEAN hingga Asia Timur. *Littlefingers* dapat bermain di festival luar negeri karena dapat bantuan dari agensi *Amity Asia* yang mencarikan mereka panggung baik di dalam dan luar negeri.

Selain *Littlefingers*, ada beberapa kelompok musik *electronic jazz* di Indonesia saat ini seperti *Mad Madmen* dan *Batavia Collective*. Banyak faktor yang membedakan *Littlefingers* dan kedua kelompok musik tersebut. Dari instrumentasi

---

<sup>5</sup> Ady Prawira Riandi & Andi Muttya K. Pangerang. "Daftar Lineup BNI Java Jazz Festival 2023 Hari Pertama." *Kompas*. 2023. <https://kompas.com/hype/read/2023/06/02/115122266/daftar-lineup-bni-java-jazz-festival-2023-hari-pertama?page=all>

alat musik yang digunakan, pasar pendengarnya, cara promosi dan hal-hal lainnya. Perbedaan yang sangat menonjol dari *Littlefingers* adalah bagaimana cara mereka mempromosikan karya-karya mereka. Pemanfaatan media sosial secara maksimal, membuat merchandise yang unik, dan pendekatan kolaborasi yang bukan dengan sesama musisi saja. Selain itu, *Littlefingers* juga memanfaatkan konser-konser di seluruh wilayah nusantara untuk dapat mempromosikan lagunya secara langsung kepada pendengar yang baru juga.

Dalam industri musik saat ini, musisi selalu berlomba untuk berkarya. Karena itu, setiap musisi harus memiliki strategi pemasaran yang matang untuk bertahan di era digital saat ini. Mengutip dari halaman internet *marketingcraft*, musisi jaman sekarang sudah tidak butuh untuk menjual album fisik seperti cara jaman dahulu.<sup>6</sup> Musisi hanya perlu mengunggah karyanya ke internet dan dengan mudah para pendengar akan mendengar karya-karyanya. Namun, untuk mendapat pendengar di internet para musisi harus mengerti tentang *brand awareness*, membangun *loyalty*, serta menghibur agar masyarakat ingin membeli karyanya secara digital dan legal.<sup>7</sup> Menurut Bobby Borg dalam buku *Music Marketing for the DIY Musician*, setiap musisi harus menemukan paduan yang tepat dari strategi bauran pemasaran untuk mencapai target.

Penelitian terdahulu tentang strategi pemasaran dalam bidang musik sudah pernah dilakukan sebelumnya namun yang berfokus pada strategi pemasaran pada musik yang bergenre jazz elektronik masih terbatas. Penelitian terdahulu oleh Alvin

---

<sup>6</sup> Dimas Gityandraputra. "Mempelajari Strategi Marketing Dari Industri Musik. *MarketingCraft*. 2020. <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/mempelajari-strategi-marketing-dari-industri-musik>

<sup>7</sup> *Ibid.*

Riyandi yang meneliti tentang strategi pemasaran album “Waktu” dari Agustin Oendari di masa pandemi *Covid-19*. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh musisi indie Agustin Oendari sangat memanfaatkan media sosial dengan membuat kampanye dan mencoba melakukan pendekatan ke berbagai radio di Indonesia khususnya Jakarta dan Bandung.

Penelitian ini memiliki relevansi terhadap penelitian yang akan dilakukan oleh penulis tentang strategi pemasaran kelompok musik elektronik jazz, karena kelompok musik yang dibahas yakni *Littlefingers* juga merupakan kelompok musik independen dan melakukan beberapa pendekatan pemasaran serupa. Namun demikian terdapat faktor pembeda mengingat spesifikasi genre musik elektronik jazz yang memiliki pasar pendengar yang berbeda dibandingkan dengan musik indie pada umumnya.

Penelitian tentang strategi pemasaran musik jazz juga sudah pernah dilakukan oleh Vera Golikva yang meneliti tentang pemasaran dan promosi musik *New Orleans Jazz* di New York. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pemasaran khususnya untuk musik jazz, perlu mengikuti tren yang sedang berjalan. Dengan adanya sosial media, musisi-musisi jazz harus dapat memanfaatkan promosi daring dengan maksimal. Penelitian ini memberikan wawasan kepada penulis mengenai perkembangan strategi pemasaran musik jazz konvensional di era modern. Penelitian ini dapat memberikan masukan mengenai strategi-strategi yang perlu diadopsi kelompok musik jazz. Meskipun demikian, penelitian ini belum mempertimbangkan perkembangan genre jazz yang semakin luas seperti genre elektronik jazz yang akan dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan penelusuran penulis, belum ada penelitian yang secara spesifik meneliti tentang pemasaran grup musik bergenre *electronic jazz* di Indonesia. Selain itu, semakin banyak bermunculan musisi Indonesia yang bergenre sejenis seperti Azimah Fada, Rhesa Siregar, *Greybox*, dan lainnya. Data ini diambil dari *playlist* “Jazz Anak Negeri” di platform *Spotify*. Tak hanya itu, dari daftar artis *Java Jazz Festival* tiga tahun terakhir semakin banyak genre sejenis yang tampil seperti *Louis Cole*, *Moonchild*, *R+R=Now*, dan masih banyak lagi. Hal-hal ini menjadi alasan kuat bagi penulis untuk mendalami strategi pemasaran kelompok musik dengan genre elektronik jazz.

Dalam penelitian ini, penulis ingin membahas tentang strategi pemasaran dari kelompok musik *electronic jazz Littlefingers*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran kelompok musik *Littlefingers* yang bergenre *electronic jazz* dalam memasarkan karya-karyanya di Indonesia hingga Singapura dan Malaysia. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data melalui wawancara dengan para personil dan manajemen *Littlefingers*. Selain itu akan dilakukan pengumpulan dokumen yang berkaitan dengan strategi pemasaran *Littlefingers*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

Bagaimana strategi pemasaran kelompok musik *jazz electronic Littlefingers* dalam memasarkan karya-karya mereka di industri musik?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis strategi pemasaran kelompok musik *Littlefingers* yang bergenre *electronic jazz* dalam memasarkan karyanya di Indonesia. Serta bagaimana band ini mampu memasarkan karyanya melalui platform-platform yang terdapat di Indonesia. Sejatinya, band ini sendiri harus bisa bersaing dengan banyak band lainnya, sehingga dibutuhkan keunikan ataupun *branding awareness* untuk bisa melihat potensi dari keberhasilan pemasaran kelompok musik ini.

### 1.4 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Pada penelitian ini, terdapat ruang lingkup dan batasan masalah yang mampu memberikan penjelasan tentang keterbatasan dan jangkauan dari peneliti ini.

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada sebuah kelompok musik bergenre *jazz electronic* yaitu *Littlefingers*
2. Penelitian ini hanya berfokus pada strategi pemasaran kelompok musik *Littlefingers*.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini juga memberi manfaat, dimana terdapat 2 manfaat yang fundamental, yaitu: manfaat teoritis dan manfaat praktis.

- a. Teoritis: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya yang membahas tentang topik strategi pemasaran, dan juga yang berkaitan dengan perkembangan kelompok musik baru di Indonesia.

b. Praktis: Bagi penulis penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mengenai strategi pemasaran suatu kelompok musik *electronic jazz*. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan membantu proses pemasaran sebuah kelompok musik *electronic jazz* di Indonesia.

