

BAB I

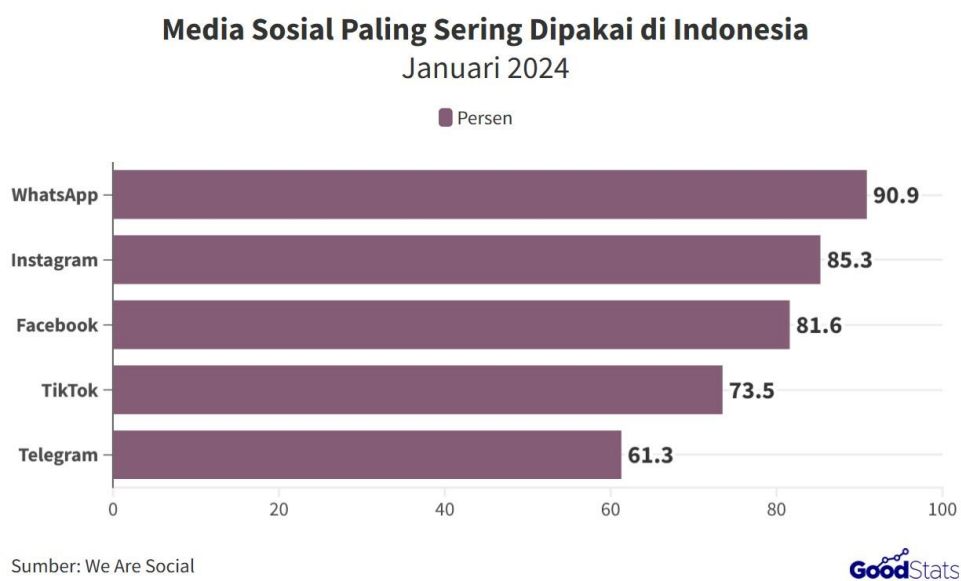
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era kontemporer telah mencapai tahapan yang sangat progresif melalui berbagai inovasi yang tercipta secara berkelanjutan. Integrasi teknologi dalam berbagai sektor kehidupan memungkinkan aktivitas manusia terlaksana secara lebih efektif dan efisien. Signifikansi kemajuan ini terlihat sangat krusial pada bidang teknologi komunikasi, yang mampu mengintegrasikan berbagai aplikasi multifungsi dalam satu instrumen digital. Transformasi ini kemudian melahirkan media sosial sebagai kekuatan baru dalam pola interaksi masyarakat. Secara definisi, media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan serta pertukaran konten buatan pengguna (Kaplan & Haenlein dalam Suhendarto, 2024). Dalam konteks profesional, media sosial kini tidak hanya sekadar alat komunikasi personal, melainkan telah bertransformasi menjadi instrumen strategis yang esensial bagi perusahaan maupun figur publik untuk memperkuat identitas merek dan memperluas jangkauan pasar.

Dalam era digital dan perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat para musisi juga mempublikasikan dan mempromosikan karya mereka melalui media sosial. Media sosial, seperti Instagram, telah menjadi platform yang populer bagi musisi untuk berkomunikasi langsung dengan penggemar, memperluas jangkauan audiens, dan mempromosikan karya-karya mereka. Memasuki era Revolusi Industri 4.0, penetrasi teknologi digital telah mendisrupsi berbagai aspek kehidupan manusia secara fundamental. Fenomena ini ditandai dengan akselerasi perkembangan infrastruktur teknologi yang memberikan kemudahan akses internet serta memicu masifnya penggunaan aplikasi media sosial sebagai sarana komunikasi kontemporer. Salah satu manifestasi dari aksesibilitas internet tersebut adalah lahirnya jejaring sosial yang mengukuhkan posisi internet sebagai media

komunikasi baru berkemampuan transmisi informasi secara global tanpa batasan ruang dan waktu. Sebagai bagian dari ekosistem media sosial, jejaring sosial menjalankan fungsi strategis dalam membangun relasi sosial, jaringan bisnis, hingga gerakan kolektif. Dalam konteks pemasaran digital, keberadaan platform ini menjadi krusial karena kemampuannya dalam memfasilitasi interaksi real-time dan penyebaran konten secara dinamis yang memperkuat keterlibatan pengguna (Dolega *et al.*, 2021). Instagram, sebagai salah satu platform media sosial berbasis visual dan memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video secara instan guna membangun interaksi digital. Saat ini, Instagram telah bertransformasi menjadi ruang multifungsi yang mengakomodasi berbagai kepentingan, mulai dari akun hiburan, representasi resmi korporasi, hingga kanal komunikasi bagi komunitas maupun figur publik.



Gambar 1. 1 Media sosial yang sering digunakan

Instagram merupakan salah satu platform media sosial berbasis visual yang paling populer dalam memfasilitasi distribusi konten gambar dan video. Berdasarkan data dari GoodStats (2024), penetrasi internet di Indonesia telah menjangkau 185,3 juta penduduk, di mana Instagram menempati peringkat kedua sebagai platform yang paling sering diakses dengan tingkat penggunaan mencapai

85,3 persen. Sebagai jejaring sosial yang mengedepankan estetika visual, Instagram kini bertransformasi menjadi kanal informasi strategis bagi entitas bisnis maupun praktisi industri kreatif untuk memenuhi kebutuhan audiens mereka. Keunggulan platform ini terletak pada aksesibilitasnya melalui perangkat mobile serta keberagaman fitur inovatif yang meningkatkan keterlibatan pengguna secara dinamis. Hal ini sejalan dengan pendapat Hariyanto (2021), yang menyatakan bahwa optimalisasi fitur-fitur pada media sosial memungkinkan komunikator untuk menyampaikan pesan secara lebih interaktif sehingga mampu membangun kedekatan emosional dengan pengikutnya. Fenomena pesatnya pertumbuhan pengguna Instagram inilah yang kemudian ditangkap sebagai peluang oleh pelaku industri musik, termasuk musisi Hindia melalui akun @wordfangs, untuk menjadikan platform ini sebagai sarana promosi album dan diseminasi informasi guna menjangkau khalayak secara lebih luas.

Dengan media sosial yang berkembang pesat, promosi bisa dilakukan di media sosial dengan sangat mudah. Dalam promosi kualitas gambar maupun video harus semenarik mungkin agar para pengguna media sosial tertarik untuk mengetahui lebih lanjut. Visual dari sebuah foto atau video yang berisikan konten promosi harus dibuat semenarik mungkin. Peran visual lah yang akan menentukan bagaimana tanggapan-tanggapan dari pengguna media soaial. Jika visual tidak mendukung biasanya para pengguna media sosial tidak akan melirik komnten. Dalam tiga dekade terakhir industri musik mengalami perubahan yang dramatis.

Akselerasi perubahan dalam industri musik pada dasarnya dipicu oleh perkembangan teknologi, khususnya melalui digitalisasi distribusi musik. Transformasi radikal ini bermula dari ekspansi internet yang memicu dematerialisasi format musik, sehingga mengubah pola konsumsi masyarakat dari kepemilikan format fisik tradisional menjadi akses digital berbasis layanan streaming. Penetrasi platform digital ini tidak hanya mengubah cara konsumsi, tetapi juga merestrukturisasi model bisnis industri musik secara menyeluruh di Indonesia. Menurut Savitri dan Sosianika (2021), digitalisasi telah menciptakan ekosistem baru di mana hambatan tradisional seperti biaya produksi yang tinggi dan ketergantungan pada label besar mulai terkikis, sehingga memberikan peluang bagi

musisi untuk mengelola distribusi karyanya secara mandiri. Dalam ekosistem ini, kepemilikan peralatan studio yang mahal bukan lagi menjadi prasyarat mutlak untuk mewujudkan visi artistik. Kondisi ini memberikan ruang bagi para praktisi musik independen untuk mengelola produksi dan diseminasi karya mereka ke ranah internasional melalui pemanfaatan infrastruktur digital secara optimal. Sejalan dengan hal tersebut, pemanfaatan media sosial menjadi kunci utama bagi musisi dalam membangun interaksi langsung dan memperluas jangkauan promosi album di tengah ketatnya persaingan industri musik digital.

Di Indonesia, Instagram menempati posisi signifikan sebagai media utama dalam distribusi konten visual. Berdasarkan data terbaru, tingkat penetrasi internet yang tinggi menempatkan Instagram sebagai salah satu platform yang paling sering diakses oleh masyarakat, sehingga menciptakan peluang besar bagi entitas bisnis maupun praktisi industri kreatif untuk melakukan penetrasi pasar. Sebagaimana dijelaskan oleh Prajati *et al.* (2023), penggunaan media sosial visual seperti Instagram secara efektif dapat memperkuat jangkauan komunikasi pemasaran melalui interaksi yang lebih personal dan dinamis antara penyedia konten dengan audiens sasarannya.

Pesatnya perkembangan teknologi digital tidak hanya mereduksi peran label besar, tetapi juga memberikan otoritas baru bagi musisi untuk berkarya secara mandiri tanpa terhambat modal besar. Menurut Savitri dan Sosianika (2021), internet menjadi kekuatan utama yang memperpendek jarak antara musisi dan audiensnya. Fenomena ini memaksa musisi mengubah strategi pemasaran mereka dari cara-cara fisik ke arah digital yang lebih dinamis. Media sosial pun kini berevolusi menjadi ruang strategis untuk menjalin kedekatan emosional dengan pendengar lewat kekuatan narasi visual dan teks. Sebagaimana dijelaskan oleh Saputro dan Shavab (2023), fitur-fitur media sosial yang interaktif sangat efektif dalam membangun identitas merek. Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis isi akun Instagram @wordfangs (Hindia) untuk memahami bagaimana platform ini dimanfaatkan secara optimal dalam mempromosikan album musik.

Hindia merupakan identitas panggung dari Daniel Baskara Putra, seorang solois kontemporer Indonesia yang memiliki pengaruh signifikan di industri musik nasional. Karya-karya musik yang dihasilkan oleh Hindia mendapatkan antusiasme tinggi dari audiens, khususnya generasi muda, karena dinilai memiliki relevansi yang kuat dengan dinamika kehidupan saat ini. Substansi lirik yang diciptakan sering kali bersumber dari pengalaman personal, keresahan eksistensial, hingga hasil observasi kritis terhadap fenomena sosial dan politik. Dalam mengartikulasikan kritik atau sindiran terhadap isu-isu sensitif, Hindia cenderung mengadopsi gaya bahasa puitis serta metaforis untuk memberikan kesan estetik sekaligus menjaga kedalaman makna pesan yang disampaikan. Fenomena ini sejalan dengan temuan Fatonah dan Rahmawati (2023), yang menjelaskan bahwa musisi di era digital cenderung menggunakan lirik sebagai media representasi identitas dan kritik sosial guna membangun hubungan emosional yang lebih dalam dengan komunitas pendengarnya. Hal inilah yang mendasari pentingnya menganalisis bagaimana pesan-pesan tersebut dikemas dalam bentuk konten visual melalui akun Instagram @wordfangs sebagai bagian dari strategi promosi album.

Hindia juga memiliki konsep yang unik dan seringkali jarang ditemukan di musisi lain. Selain itu ia dikenal dengan gaya musik indie pop yang emosional dengan lirik-lirik yang dalam. Salah satu hal yang membedakan musik Hindia dengan musik-musik yang ada di Indonesia lainnya adalah penggunaan lirik yang bernuansa kekinian dengan bahasa Indonesia yang kuat. Hindia sering mengangkat tema-tema sosial dan kehidupan sehari-hari dalam masyarakat Indonesia seperti persahabatan, cinta, persatuan, hingga perjuangan hidup sehingga mudah dipahami oleh pendengar di Indonesia. Hindia merilis album debutnya dengan judul "Menari dengan Bayangan" pada tahun 2019, yang mendapat sambutan positif dan meraih kesuksesan komersial. Beberapa lagu terkenal dari album ini adalah "Secukupnya," "Evaluasi," dan "Rumah ke Rumah".

Musiknya seringkali mengeksplorasi tema-tema kehidupan dan emosi manusia dengan cara yang jujur dan intim. Hindia telah menerima berbagai penghargaan dan menjadi salah satu musisi yang berbakat di Indonesia. Dan album keduanya juga baru dirilis pada bulan Juli 2023 dengan nama album "Lagipula Hidup Akan

Berakhir”. Di album tersebut dibelah menjadi 2 bagian. Bagian I yang rilis pada tanggal 7 Juli 2023 yang berisikan 14 lagu dan bagian II dirilis pada 24 Juli 2023 yang juga berisikan 14 lagu. Total lagu yang ada di album kedua ada 28 lagu dan beberapa lagunya memuncaki berbagai platform musik digital.

1.2 Rumusan Masalah

1. Format apa saja yang digunakan pada unggahan Hindia dalam mempromosikan album “Lagipula Hidup Akan Berakhir” melalui Instagram @wordfangs?
2. Kategori konten manakah yang paling dominan muncul dalam promosi album kedua di akun Instagram @wordfangs?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis distribusi frekuensi dari setiap kategori konten yang digunakan oleh Hindia dalam mempromosikan karya melalui media sosial, dengan analisis pada akun Instagram @Wordfangs. Mendeskripsikan pemanfaatan fitur-fitur Instagram sebagai instrumen komunikasi pemasaran digital di industri musik. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi platform yang penting bagi musisi untuk membangun keterlibatan dengan penggemar, memperluas jangkauan audiens, dan mempromosikan karya-karya mereka. Akun Instagram "Wordfangs" merupakan salah satu akun media sosial pribadi yang digunakan oleh Hindia untuk berkomunikasi dengan penggemar dan mempromosikan karya musik mereka. Dengan adanya penelitiannya juga bertujuan untuk melihat betapa pesatnya teknologi saat ini.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dari dua sisi, yakni secara akademis dan praktis. **Secara akademis**, hasil penelitian ini ditujukan untuk memperkaya khazanah ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi pemasaran digital dan kajian media sosial, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Melalui temuan ini, diharapkan muncul pemahaman teoritis yang lebih kuat mengenai bagaimana pesan visual dikonstruksi di platform digital. Sementara itu,

secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan atau rujukan bagi para musisi, manajer musik, serta praktisi di industri kreatif dalam merancang strategi konten yang efektif. Hasil analisis ini memberikan gambaran nyata bahwa penggunaan format poster dan pendekatan konten yang informatif dapat menjadi pilihan strategis dalam mengomunikasikan narasi album yang kompleks, sehingga para pengelola media sosial dapat lebih bijak dalam menentukan komposisi konten agar tidak hanya terpaku pada pemasaran langsung, tetapi juga pada pemberian nilai informasi yang bermakna bagi audiens.

