

STRATEGI INDUSTRI MUSIK BERTAHAN DITENGAH PANDEMI (Trinity Optima Production)

NUGROHO ADI SUSILO

Universitas Mrcu Buana
24streetworker@gmail.com

Abstrak. Perkembangan media baru merupakan bagian dari perkembangan internet. Banyak media baru bermunculan yang membuat kita harus beradaptasi atau tergerus dengan perkembangan teknologi. Perkembangan yang sangat canggih membuat perubahan kepada kehidupan manusia itu sendiri. Media baru adalah istilah yang menggambarkan munculnya sebuah era dalam berkomunikasi dalam jaringan internet dan youtube merupakan salah satu contoh media baru yang paling populer dan banyak digunakan saat ini. Disaat pandemi dengan perubahan pola komunikasi membuat banyak pekerjaan harus dilakukan dengan memanfaatkan media baru termasuk salah satunya youtube.

Keywords: New Media, Social Media, Communication Technology, Industrial Media, Youtube

Abstract. The development of new media is part of the development of the internet. Many new media have emerged that make us have to adapt or be eroded by technological developments. Very sophisticated developments make changes to human life itself. New media is a term that describes the emergence of an era in communicating on the internet and YouTube is one of the most popular and widely used examples of new media today. During a pandemic with changes in communication patterns, a lot of work has to be done by utilizing new media, including YouTube.

Kata Kunci: Media Baru, Sosial Media, Teknologi Komunikasi, Media Industri, Youtube

PENDAHULUAN

Teknologi yang berkembang pesat membuat banyak bidang kegiatan menjadi semakin terhubung dan semakin mudah untuk diakses melalui jaringan internet. Akses yang semakin mudah bahkan hanya dengan menggunakan smartphone, masyarakat bisa berkomunikasi mulai dari telpon, sms, chating, bahkan lebih dari itu. Semakin internet yang semakin cepat diimbangi dengan fitur yang semakin canggih juga. Seperti kita mengakses radio online, radio dari kota mana saja bahkan dari negara mana saja, menonton televisi, video hanya dengan instal aplikasi aplikasi yang sudah tersedia di playstore (android). Berbagai teknologi yang canggih sangat memudahkan kita untuk dapat menemukan sesuatu yang ada di internet, termasuk rekaman audio visual yang dapat ditemui di salah satu web atau aplikasi bernama Youtube.

Youtube yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan Paypal ini memungkinkan pengguna untuk dapat menonton, mengunggah (*upload*) dan berbagi video. Perusahaan yang berkantor pusat di San Bruno, California ini memakai Adobe Flash Video dan HTML5 (*Hypertext Markup Language*). HTML5 memungkinkan seorang user untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan sendiri seperti blog video, film/video pendek, video pendidikan, termasuk klip film, program televisi, video musik. Walaupun konten-konten tersebut dapat diunggah secara individu, banyak perusahaan media dan organisasi juga mengunggah material mereka ke situs Youtube ini sebagai program kemitraan. Semua orang dapat melihat tanpa harus menunggu lama, kecuali jaringan internet yang bermasalah. Bahkan disisi lain Youtube juga menyediakan fitur *live streaming* (siaran langsung). Untuk *viewers* (penonton) yang ingin memberikan komentar juga telah disediakan

kolom komentar. Dengan banyaknya varian video yang ada di dalam Youtube membuat masyarakat sangat antusias karena hampir semua yang dibutuhkan atau dicari, entah untuk sekedar hiburan sampai dengan informasi terkini, bahkan untuk mencari informasi tentang sebuah produk juga banyak yang menyajikan video review. Untuk pecinta hewan juga banyak channel yang menggugah hewan peliharaan, hewan terlantar yang ditolong dan diberikan pengobatan. Kejadian kejadian yang tidak ada di televisi juga banyak justru ditemukan di Youtube, seperti kejadian yang terekam CCTV atau action cam yang kemudian diunggah di channel tertentu.

Internet yang semakin cepat dan murah membuat jumlah pengguna sangat berkembang pesat. Youtube menjadi salah satu yang menjadi favorit. Hal tersebut tidak disia siakan oleh banyak perusahaan dengan membuat akun Youtube untuk media promosi dan penyebarannya. Perusahaan media televisi, perusahaan musik manajemen sampai segala lapisan masyarakat, baik individu maupun kelompok produksi, besar maupun kecil, semua ingin berbagi konten konten yang telah dibuatnya tanpa harus mengurus perijinan berbelit belit. Hal ini yang akhirnya juga dimanfaatkan oleh sebuah perusahaan manajemen artis bernama Trinity Optima Production.

Perusahaan Trinity Optima Production yang berdiri pada tahun 2003 adalah salah satu perusahaan label dan artis management di Indonesia atas kolaborasi dari empat pelaku industri musik di tanah air, yaitu Adi Nugroho, Handy Santoso, Effendy Widjaja, dan Yonathan Nugroho. Dengan visi untuk memajukan dan mengembangkan industri hiburan Indonesia, Trinity berkomitmen untuk melakukan pengembangan dan senantiasa adaptif dalam merespon keinginan pasar industri hiburan Indonesia yang dinamis. Dengan media media konvensional, awalnya Trinity Optima dari bagian Artist Management, mempromosikan kegiatan dan perkembangan artisnya lewat stasiun televisi dan radio. Dengan berkembangnya teknologi, akhirnya Trinity juga tidak mau menyia nyiakan teknologi yang ada, termasuk memanfaatkan media promosi digital yang diantaranya adalah Youtube dan Instagram. Trinity Optima Production pertama kali menggugah video ke Youtube pada 15 Februari 2010. Pada awalnya video yang diunggah adalah koleksi video klip yang pada waktu itu masih berupa kaset dan tersusun rapi di ruang khusus. Kemudian kaset kaset tersebut di convert ke digital untuk menjadi data dan kemudian diunggah ke kanal Youtube. Dengan jumlah video yang sudah mencapai 1188 dan pelanggan 4,28 juta bukanlah hal yang mudah untuk mencapainya, melainkan butuh perjuangan sampai akhirnya bisa berkembang sampai sekarang. Jangkauan Youtube yang begitu luas, selama ada internet dan komputer atau ponsel pintar (smartphone) yang memadai, semua orang dapat mengakses dan menonton video video tersebut dan tentunya gratis. Ditambah dengan fitur berlangganan (*subscribe*) membuat kita bisa menjadi orang pertama yang menonton video unggahan tersebut.

Sejak pandemi melanda Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020, Trinity Optima juga ikut terdampak dengan Covid-19 tersebut. Dimana job artis langsung menurun drastis dengan adanya larangan acara pengumpulan massa, sehingga akhirnya membuat lebih banyak berharap dari digital salah satunya adalah dari Youtube.

KAJIAN TEORI

YouTube sebagai Platform dalam Komunikasi

Youtube yang masuk kategori media baru karena harus menggunakan internet untuk mengaksesnya. Youtube adalah salah satu situs untuk menampilkan beragam informasi dalam bentuk audio visual yang sangat populer. Kita bisa menikmati video yang ada, bahkan kita juga bisa menggugah video kita sendiri untuk dapat dibagi ke banyak orang seluruh dunia maupun ditonton sendiri (*private*).

Pada umumnya user bisa menggugah fileh berformat mov., mp4., flv., atau apa saja dan kemudian file tersebut bisa diakses oleh masyarakat dari manapun asalkan ada di jaringan

internet yang mendukung. Semakin berkembangnya situs Youtube, banyak perusahaan maupun personal ingin menggugah video untuk disiarkan. Youtube menjadi surga bagi banyak orang yang selalu ingin berbagi konten. Baik itu berita, musik, video blog, bahkan sampai sekedar video iseng yang dibuat untuk hiburan semata. Pengguna Youtube yang semakin tinggi membuat Youtube menjadi bagian penting dalam ber-internet. Semua orang bebas menggugah dan menonton apa saja yang mereka inginkan, dan juga dapat berinteraksi dengan pengguna lain dengan mengomentari tayangan yang disediakan dan pemilik video tersebut dapat membalas komentar.

Kehadiran media baru membuat Youtube memiliki nilai tambah dalam menyebarkan informasi kepada khalayak luas. Tidak perlu andil dengan stasiun televisi untuk dapat ditonton banyak orang. Seseorang dapat menggugah dan membagikan linknya diberbagai media sosial dan video sudah dapat diakses banyak orang.

Sebagai media massa baru kehadiran Youtube membuat nilai tambah dalam hal penyebaran informasi secara luas. Tidak harus gabungan atau perusahaan/lembaga, seluruh pengguna Youtube dapat menjadi komunikator tanpa harus membangun sebuah lembaga dahulu.

Komunikasi massa (mass communication) yang berarti proses di mana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak. Menurut Jay Black dan Federick C. Whitney (1988), komunikasi massa adalah sebuah proses pesan yang diproduksi secara massal disebarkan kepada pesan penerima pesan yang sangat luas dan heterogen. Menurut Jay Black dan Frederick. C. Whitney (1988), fungsi komunikasi massa antara lain:

1. To inform (menginformasikan)
2. To entertain (memberi hiburan)
3. To persuade (membujuk)
4. Transmission of the culture (transmisi budaya)

Menurut Harold D Lasswell fungsi komunikasi massa adalah :

1. Surveillance of the onvironment(fungsi pengawasan)
 2. Correlation of the part of society in responding to the environment (fungsi korelasi)
 3. Transmission of the social hetigate from one generation to the next (fungsi pewarisan sosial)
- Menurut De Fleur dan Denis, terdapat tujuh komponen komunikasi massa, diantaranya :

1. Komunikator. Dalam media masa, komunikator merupakan pihak dari media yang menyampaikan pesan kepada khalayak, seperti jurnalis.
2. Pesan. Pesan berkaitan dengan konten yang dibuat dari sudut pandang media massa tersebut terhadap suatu isu tertentu.
3. Media. Dalam komunikasi massa, media diartikan sebagai saluran yang bersifat fisik, seperti media cetak atau media elektronik.
4. Komunikan. Komunikan terdiri dari kumpulan individu yang menerima pesan dari media massa.
5. *Gate Keeper*. Dalam komunikasi massa, *gate keeper* berperan untuk menentukan pesan masa yang akan disampaikan ke komunikan dan mana yang tidak.
6. Gangguan.
7. Timbal Balik.

METODE

Penelitian yang dilakukan adalah jenis kualitatif dengan pendekatan studi kasus, meneliti, memahami suatu masalah yang terjadi. Penelitian tersebut dilakukan dengan observasi dan mengumpulkan berbagai infoemasi dan menghasilkan suatu solusi sehingga dapat terselesaikan atau mencari solusi tentang masalah tersebut. Penelitian lapangan atau observasi dilakukan untuk dapat mempelajari secara detil dan mendapatkan data tentang masalah maupun peristiwa yang sedang berlangsung saat ini secara apa adanya. Menurut Bogdan dan Bikien (1982) studi kasus

merupakan pengujian secara rinci terhadap satu latar atau satu orang subjek atau satu tempat penyimpanan dokumen atau satu peristiwa tertentu. Surachmad (1982) membatasi pendekatan studi kasus sebagai suatu pendekatan dengan memusatkan perhatian terhadap suatu kasus secara rinci. Studi kasus dipilih karena dapat memperoleh gambaran utuh dari sebuah peristiwa tertentu. Observasi dilakukan untuk mendapatkan data dalam memahami kasus yang jarang terjadi ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seiring berjalannya waktu, Trinity telah berkembang secara integratif dengan berbagai divisi-divisi pendukungnya. Selain Trinity Optima Production yang bergerak di bidang produksi musik dan pemasaran artis, Trinity juga memiliki Trinity Artist Management (TAM) untuk menangani pengembangan talenta dan manajemen artis, Trinity Creative Technology (Dignity) untuk pemasaran konten digital, dan Trinity Optima Publishing untuk menangani hak cipta dan pemasaran karya musik yang berkenaan dengan artis, arranger, dan penggubah lagu. Dan yang terakhir 3D Entertainment yang berkonsentrasi ke musik dangdut.

Selama ini lagu lagu yang dihasilkan dan menjadi unggulan selalu di produksi video klip dan video lirik. Semua format tersebut kemudian diunggah ke channel Youtube Trinity dan untuk promosinya dibikin teaser atau potongan klip dan diunggah juga ke Instagram. Sebuah solusi yang mudah dan murah karena pada waktu itu untuk mempublish sebuah karya video melalui media televisi cukup mahal dan hanya muncul sesekali selama masih ada kontrak tayang. Sedangkan di Youtube kita dapat memutar kapan saja tanpa batasan selama masih ada jaringan internet yang bagus dan stabil. Konten konten di Youtube dapat diunggah oleh individu maupun korporat. Hampir semua perusahaan musik dan media, bahkan individu sudah menggugah material mereka sebagai bagian dari kemitraan Youtube. Salah satunya WAMI (Wahana Musik Indonesia). Kesepakatan tersebut adalah wujud kepedulian terhadap karya cipta lagu terutama untuk royalti atas Hak Mengumumkan (Performing Rights). Wahana Musik Indonesia atau biasa disebut dengan WAMI didirikan oleh beberapa penerbit Musik Indonesia, yaitu : Musika Studios, Aquarius Pustaka Musik, Trinity Optima Publishing, Jawara Pustaka Musik, Mobimax Multimedia, Penerbit Karya Musik Pertiwi, Mitra Kreasi Prima, Arka Publishing & Universal Publishing sebagai pemegang hak eksploitasi yang sah atas karya cipta lagu. WAMI yang berdiri pada 15 September 2006 dan disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia pada tanggal 5 Januari 2007 dan memperoleh izin operasional sebagai lembaga manajemen kolektif melalui keputusan Menkumham No.HKI.2-OT.03.01.05. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang manajemen dan label artis, acara on air atau off air di televisi, konser, meet and greet, sudah menjadi santapan sehari hari. Media sosial sebagai wadah untuk promosi juga sudah merupakan sebuah kewajiban. Konferensi Pers juga selalu diadakan disaat rilis sebuah lagu baru atau album baru sebagai bahan media promosi.



Gambar 1. Konferensi Pers (Sebelum pandemi)



Gambar 2. Konferensi Pers (Sebelum pandemi)

Tetapi, dimulai dari awal Maret 2020 semuanya berubah. Konfirmasi kasus pertama covid-19 di Indonesia diumumkan pada 2 Maret 2020 oleh Presiden Joko Widodo bersama Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto, kemudian berlanjut dengan diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang berdampak kepada seluruh kegiatan para artis Trinity yang harus berhenti. Semua acara yang sudah diagendakan harus terhenti. Dengan terhentinya semua agenda berdampak pada kondisi kantor dan para artis.



Gambar 3. Konferensi Pers (Disaat pandemi)



Gambar 4. Konferensi Pers (Disaat pandemi)

Yang masih bisa dilaksanakan adalah bertahan dengan media sosial (Youtube, Instagram, Facebook) dan Digital Streaming Platform (DSP). Sekarang tinggal bagaimana memaksimalkan peran media sosial untuk mempertahankan dan berkembang. Salah satu artis Trinity Mawar De Jongh membuat sebuah konser bertajuk “Ruang Rindu”. Dimana konser ini disiarkan secara virtual. Tetapi tetap dengan tehnik live recording studio, dan setelah melalui proses editing maka dijadwalkan untuk live virtual.



Gambar 5. Virtual Concert



Gambar 6. Virtual Concert

Sebuah pengalaman baru menonton pertunjukan secara virtual, tidak perlu keluar rumah, murah, praktis, jangkauan yang tidak terbatas. Tetapi rasa yang didapat sangat berbeda seperti disaat di hall atau di stadion dengan suara yang keras dan agak menggema, teriakan sesama penonton yang bernyanyi bersama. Tetapi bagaimanapun juga itulah bentuk dari adaptasi dengan kelebihan dan kekurangannya, dan harus dijalani agar tetap dapat bertahan



Gambar 7. Konser Virtual

Walaupun konser Virtual agak terasa hampa, tetapi paling tidak tetap terjadi komunikasi antara artis dengan para penonton dengan adanya konser ini, walaupun komunikasi yang terjadi adalah komunikasi satu arah.

Disaat PSBB pada bulan mei 2020 beberapa video klip juga sempat dibuat dengan konsep LDR (Lagu dari rumah) yaitu membuat lagu akustik dengan tambahan instrumen benda benda yang bukan merupakan alat musik, tetapi menghasilkan beat atau ketukan sampai pembuatan video klip dari rumah dengan tidak bertemunya antar personil, vokal dengan musisi ada dirumah masing masing. Pengambilan gambar di rumah masing-masing, kemudian digabung di editing sebelum akhirnya diupload ke Youtube. Artis yang terlibat dalam project ini adalah Armand Maulana, Young Lex, Mawar De Jongh dan Adikara Fardy.



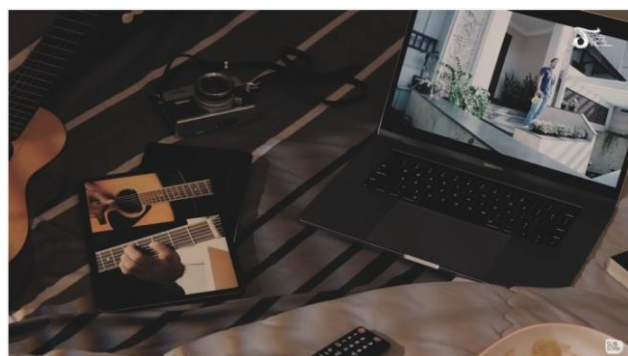
Gambar 8. Lagu dari rumah



Gambar 9. Lagu dari rumah



Gambar 10. Lagu dari rumah



Gambar 11. Lagu dari rumah

Disamping video musik juga konten konten yang tetap dibuat dengan komunikasi jarak jauh dan live streaming dengan memanfaatkan koneksi internet yang bagus seperti “Trinity Hadiah Ramadhan” disaat menjelang Idul Fitri 2020 yang lalu.



Gambar 12. Lagu dari rumah

Walaupun untuk konten non musik terhitung sedikit penontonnya, paling tidak dalam kondisi pandemi konten tetap berjalan terus dan menjadikan juga *income*. Untuk mempromosikan video yang baru terupload maka Trinity memasang ads, yang dipasang di berbagai media sosial. Hal itu cukup efektif dilihat dari jumlah viewer yang cukup stabil. Dari awal maret sudah 165 video yang terupload di channel Trinity hingga tanggal 24 Maret 2021. Dengan adanya pandemi dan pemberlakuan PSBB dan Work From Home membuat banyak orang berada dirumah dan terkoneksi internet lebih dari biasanya. Baik untuk kebutuhan bekerja dan hiburan. Hal ini yang menjadikan keuntungan untuk pengguna media sosial, termasuk Youtube yang juga bertambah atau minimal bertahan dengan banyaknya orang yang mencari informasi dan hiburan.

PENUTUP

Dengan kemajuan teknologi sekarang ini dan dampak dari covid-19 sangat memungkinkan dan mengharuskan kita untuk melakukan perubahan, agar komunikasi dan kegiatan harus terus berjalan. Baik komunikasi secara langsung maupun virtual, seperti yang terjadi di perusahaan Trinity Optima Production. Dimana kegiatan baik itu konser, pembuatan video klip, diskusi maupun meeting harus tetap terlaksana dengan cara yang berbeda. Itulah beberapa cara dari kebiasaan baru yang merupakan bentuk dari adaptasi. Selain itu juga dengan kegiatan berbasis internet tersebut juga mempunyai kelebihan lain, yaitu lintas batas negara.

Dan itu dapat terus berjalan dan membuat dampak yang positif, dimana kegiatan tersebut juga dapat membantu pencegahan penyebaran virus, tetapi disisi lain produktivitas tetap terus berjalan dengan berbagai kelebihan dan kekurangannya. Seperti biaya produksi (virtual konser) yang lebih murah, jangkauan yang lebih luas, tetapi kekurangannya seperti faktor emosi yang hilang. Sementara ketika menonton konser secara langsung faktor emosi, suasana riuh, berisik, bersanyi bersama sama dengan gema dari sound system yang keras sangat membangkitkan emosi atau gairah menonton.

DAFTAR PUSTAKA

- Assumpta Rumanti, Maria, 2002, *Dasar-dasar Public Relation: teori dan praktik*. Jakarta: Grasindo.
- Kindarto, Asdani, 2008, *Belajar Sendiri YouTube*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

- Littlejohn, W. Stephen. et. al, 2009, Teori Komunikasi, *Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J, 2008, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Aspirasi Pribadi Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, Vol. 1, No. 2, Oktober 2017: 406-417
- Abraham A., 2011, *Sukses menjadi Artis dengan Youtube*, Surabaya: Reform Media
- Edy Chanddra, 2017, *Youtube, Citra Medis Informasi Interaktif atau Media Penyampaian*
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2009). *Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda Karya
- <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>
- <https://www.youtube.com/intl/id/about/policies/#community-guidelines>
- <https://www.wami.id/about/>
- McQuail, Dennis. Penerjemah 2003, Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar, Jakarta: PT Erlangga
- Moleong, Lexy J., 2008, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nuruddin, 2007, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.