



## **Strategi Promosi Band Bortons Melalui Media Sosial Instagram, Youtube, Whatsapp, dan Bandcamp di Malang Pada Tahun (2020-2022)**

### ***Borton Band Promotion Strategy Through Social Media Instagram, YouTube, Whatsapp, and Bandcamp in Malang in The Year (2020-2022)***

**Moch Faiq Ubadah, Endang Wara Suprihatin Dyah Pratamawati &  
Winda Istiandini**

Pendidikan Seni Tari dan Musik, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang, Indonesia

#### **Abstrak**

Perkembangan media sosial telah mengubah secara signifikan strategi promosi musik yang diterapkan oleh para pelaku industri, termasuk label rekaman. Band Bortons, sebuah band independen dari Kota Malang, memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan musik mereka secara efektif. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi promosi band Bortons melalui platform Instagram, YouTube, WhatsApp, dan Bandcamp selama tahun 2020 hingga 2022. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Validitas data diuji melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu membandingkan hasil wawancara dari lima narasumber dan mencocokkan temuan dari wawancara, observasi, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa band Bortons menerapkan strategi promosi yang meliputi menciptakan kesadaran, membangun koneksi, dan meningkatkan penjualan. Mereka melakukan promosi secara mandiri tanpa melibatkan label dan menemukan Instagram sebagai media sosial paling efektif. Promosi ini mendapatkan respons positif dari publik, terbukti dengan banyaknya event yang dihadiri dan pertumbuhan pengikut media sosial mereka.

**Kata kunci:** Strategi Promosi; Media Sosial; Karya Musik

#### **Abstract**

*The rise of social media has significantly transformed the promotional strategies used by industry players, including record labels. The Bortons, an independent band from Malang, effectively uses social media to promote their music. This study aims to describe the promotional strategies of the Bortons band through Instagram, YouTube, WhatsApp, and Bandcamp from 2020 to 2022. A qualitative descriptive approach is employed, with data collected through interviews, observations, and documentation. Data validity is tested through source and technique triangulation, comparing interviews from five informants and matching findings from interviews, observations, and documentation. The results show that the Bortons employ promotional strategies including creating awareness, building connections, and increasing sales. They conduct their promotion independently without involving a label, finding Instagram to be the most effective social media platform. The promotion has received positive public response, evidenced by numerous events attended and growing social media followers.*

**Keywords:** Promotional Strategies; Social Media; Music Works

**How to Cite:** Ubadah, M.F., Pratamawati, E.W.S.D., & Istiandini, W., (2024), Strategi Promosi Band Bortons Melalui Media Sosial Instagram, Youtube, Whatsapp, dan Bandcamp di Malang Pada Tahun (2020-2022). *Journal Global Education, Arts, Design & Performance (GLEADPER)*, 1(1) 2024: 62-77

\*E-mail: [faiqubadah2@gmail.com](mailto:faiqubadah2@gmail.com)

ISSN 1234 - 5678 (Online)



## PENDAHULUAN

Strategi promosi merupakan rencana terstruktur yang di rancang untuk bisa meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap sebuah produk ataupun layanan bisnis. Strategi promosi adalah alat penting untuk mencapai tujuan melalui pengembangan daya saing yang unggul dan bertahan lama (Maskur, 2020). Sedangkan strategi promosi menurut Fandy Tjiptono (2015) adalah komponen bauran pemasaran yang menitikberatkan pada inisiatif untuk menginformasikan, membujuk, meyakinkan, dan mengingatkan pelanggan akan nama dan barang perusahaan (Nuraini et al., 2017). Tujuan promosi sendiri adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk kepada pasar yang dituju untuk bisa tertarik kepada produk atau layanan bisnis (Yusuf, 2020). Begitupun dalam promosi para pelaku industri musik membutuhkan strategi promosi agar target pasar dan penjualan karya mereka dapat terarah dengan baik. Bagi seorang musisi produk yang mereka promosikan adalah personal musisi sendiri, grup band dan karya music (Harahap, 2022).

Musik adalah salah satu cabang seni yang selalu dibicarakan oleh banyak orang karena memiliki begitu banyak keindahan dan memiliki banyak tujuan, salah satunya sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan sebuah makna (Muhammad & Rachman, 2020). Sedangkan menurut "Eko Raharjo" menyatakan bahwa musik sebagai salah satu cabang seni merupakan kebutuhan universal, keberadaannya tidak dapat dipisahkan dalam berbagai tatanan kehidupan manusia dengan berbagai fungsinya (Raharjo, n.d.). Bagi seorang musisi banyak sekali faktor yang dapat menunjang kreatifitas dalam bermusik, mulai dari proses produksi musik hingga menghasilkan karya yang dapat diterima dan dinikmati oleh masyarakat luas (Hasibuan et al., n.d.). Masuknya era digital ini menjadi sangat mudah dilakukan dengan menggunakan akses internet, mengubah prinsip promosi dan pemasaran musik yang dulunya mengandalkan metode konvensional seperti koran, radio, televisi dan majalah sudah tidak lagi digunakan karena memakan waktu dan biaya dan lebih memilih menggunakan media sosial ataupun sejenisnya (Dwi Lestari et al., n.d.)

Media sosial adalah platform tempat orang dapat terlibat, berbagi, dan berkreasi dengan mudah (Setiadi, 2017). Para peneliti di "We Are Social", sebuah situs manajemen konten, menemukan bahwa meskipun ada banyak jenis media sosial, yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia adalah YouTube, Facebook, Instagram, dan Twitter, temuan ini menunjukkan bahwa masyarakat saat ini menggunakan berbagai macam media social (Setiadi, 2017). Karena meluasnya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat Indonesia, para artis khususnya musisi yang berasal dari Indonesia, sering menggunakan platform ini untuk menjual atau meluncurkan komposisi musik mereka karena banyak sekali platform media sosial yang digemari (Harahap, 2022). Efektifitas penggunaan media sosial dan tren media sosial sangat berpengaruh dalam promosi suatu produk, event atau informasi apapun tentang musik dengan biaya yang jauh lebih rendah tetapi mendapatkan hasil yang memuaskan dan signifikan (Dwi Lestari et al., n.d.)

Dunia musik di Indonesia berkembang pesat setiap harinya dan berubah seiring dengan perkembangan zaman, dunia musik terbagi menjadi dua jalur yaitu jalur *major* dimana musik yang dibuat dan dipasarkan mengikuti keinginan pasar dan dipromosikan melalui label rekaman, sedangkan jalur *independent* dibuat dengan keinginan sendiri tidak mengikuti keinginan pasar juga diproduksi dan dipasarkan melalui musisi itu sendiri secara mandiri (Alfan Wahid, 2021). Banyak musisi indie di Indonesia yang kurang berani dalam mempromosikan karya musik mereka dikarenakan biaya produksi hingga promosi sangat mahal (Dwi Lestari, 2019). Dalam bisnis industri musik seperti label rekaman tidak lepas dari proses produksi musik, pendistribusian, dan promosi (Resmadi et al., n.d.). Bahkan saat ini label rekaman besarpun lebih memilih menggunakan media sosial yang populer, tentu saja musisi independen juga harus secara mandiri mengikuti persaingan yang terjadi dalam industri musik ini (Alfan Wahid et al., n.d.).

Permasalahan yang terjadi saat ini terhadap musisi indie di Indonesia dikarenakan media konvensional tidak membantu atau mawadahi mereka dalam mempromosikan karyanya, sehingga masalah pendistribusian dan promosi musik musisi indie masih menjadi kendala (Bingar Jati & Rusdi, 2021). Selama ini musisi independen hanya mengandalkan ketekunannya sendiri dengan tampil di live event untuk mempromosikan band mereka, namun hanya sedikit musisi yang telah

berhasil karena kurangnya peran media konvensional dan label dalam mempromosikan dan memperkenalkan karya anak negeri menjadikan kreatifitas musisi indie semakin pupus (Ghafara, 2016). Promosi harusnya menjadi alat utama yang digunakan oleh musisi independen untuk membawa musik dan band mereka ke khalayak yang lebih luas, namun sistem untuk mempromosikan band independen selalu dilanda tantangan, seperti kurangnya media yang ingin mendukung musisi independen dalam menyebarkan bandnya (Putra & Irwansyah, 2019). Major label lebih mengikuti pasar dibandingkan bertindak sebagai platform atau wadah bagi para musisi indie, musisi indie tanah air yang mempublikasikan karya mereka semakin tidak memiliki tempat dan khawatir semakin kehilangan ruang untuk berekspresi (Ghafara, 2016). Hal ini menjadikan pentingnya sebuah strategi promosi dalam memasarkan sebuah karya musik khususnya para musisi independen agar bisa berhasil didalam industri musik secara mandiri (Bingar Jati & Rusdi, 2021). Dalam sebuah usaha untuk memasarkan sebuah karya musik dibutuhkan strategi khusus dalam mempromosikannya, strategi promosi dibutuhkan dalam mempromosikan sebuah karya musik sebagai upaya mengenalkan dan menjual karya musik tersebut. Musisi independen harus melakukan proses produksi konten musik secara mandiri, dimulai dari tahapan yang kreatif hingga bagaimana musik tersebut siap untuk di pasarkan, banyak musisi independen yang mengambil jalur indie karena mereka memang tidak memiliki akses untuk ke media mainstream atau biasa disebut label (Dwi Lestari et al., n.d.). ini menjadi tantangan sendiri bagi musisi independen ketika harus memproduksi dan memasarkan karya secara mandiri dan harus menyaingi label besar.

Permasalahan yang terjadi dalam industri musik yang sudah dipaparkan di atas khususnya dalam mempromosikan band independen juga berdampak kepada band Bortons, dimana band Bortons juga sebagai salah satu band independen yang tidak memiliki akses untuk ke media mainstream atau label tersebut. Maka dari itu band Bortons harus menggunakan strategi promosi agar mereka bisa berhasil dalam industri musik mereka. Jika label musik besar saja menggunakan strategi promosi dalam memperkenalkan musik mereka, band independen yang bergerak secara mandiri haruslah menggunakan strategi dalam mempromosikannya karena mereka tidak memiliki wadah yang besar dalam lingkup industri musik (Bingar Jati & Rusdi, 2021). Band Bortons adalah salah satu band independen asal Kota Malang yang menjunjung orisinalitas dan kemandirian dalam berkarya. Melihat persaingan industri musik yang ketat di era revolusi industri ini, ide dan kreatifitas dalam mempromosikan karya musik harus diperhatikan oleh para musisi saat ini (Hasibuan et al., n.d.). Band Bortons merupakan band baru yang bisa dikatakan berhasil dalam mempromosikan bandnya dengan ciri khas liriknya yang emosional yang merepresentasikan keresahan sosial dan komposisi musik metal hardcore yang cadas yang sudah sering kali tampil dan eksis dipanggung-panggung di Kota Malang maupun sekitarnya. Dari permasalahan yang di paparkan di atas, band Bortons pernah mengalami masalah yang dialami oleh musisi independen lainnya, mereka tidak tahu bagaimana mereka bisa mempromosikan bandnya yang berdiri secara independen. Maka dari itu Band Bortons bergerak untuk memproduksi karyanya sendiri hingga mempromosikannya melalui platform digital yang bebas biaya. Hal itu juga tidak terlepas dari strategi promosi musik yang mereka terapkan, termasuk pemilihan platform media sosial yang akan digunakan dan penerbitan musik melalui media sosial yang sejalan dengan tren industri musik digital. Mereka juga membuat konten dan musik yang menarik, responsif, konsisten, serta mendesain merchandise dengan baik untuk bisa berhasil dalam industri musik saat ini. Band Bortons merupakan band yang memproduksi dan mendistribusikan musiknya secara mandiri atau melalui label rekaman independent atau bisa dikatakan tanpa label. Tahun 2020 adalah awal terbentuknya band Bortons, sebelum mereka melakukan promosi tidak ada satupun promotor event musik yang melirik mereka, tetapi setelah mereka menggunakan promosinya melalui media sosial perlahan-lahan massa mulai mengetahui adanya mereka. Tahun 2020-2022 mereka menggunakan strategi promosi melalui media sosialnya dengan strategi yang sama sehingga strategi yang mereka lakukan bisa dikatakan konsisten. Promosi band Bortons menggunakan tiga aspek promosi yaitu menciptakan kesadaran yaitu membuat massa menyadari tentang adanya band Bortons, membangun koneksi yaitu bagaimana cara mereka memperluas dan mempertahankan relasi pada massa, dan meningkatkan

penjualan yaitu bagaimana band Bortons bisa laku dipasar musik mereka. Bukan waktu yang lama untuk band Bortons dalam merintis karir, tetapi mereka dapat menaklukkan pasar musik dengan cara promosi yang mereka lakukan sendiri atau bisa dibilang independent yang bisa dibuktikan dari banyaknya *followers*, *like*, dan *comment* yang sudah mengikuti akun *instagram* band Bortons. Akun *instagram* band Bortons dapat dicari dengan menuliskan username @bortons\_bortons\_bortons dengan jumlah *followers instagram* 700 lebih pengikut, jumlah tayangan *reels instagram* yang lebih dari 5000 tayangan dan hasil pemutaran single mereka yang diatas 500 kali diputar di *youtube* band Bortons, pemutaran single lebih dari 5000 di *bandcamp* dan juga banyak event yang sudah dihadiri oleh band Bortons di dalam postingan *instagram* mereka.

Penelitian sejenis yang dijadikan sebagai kajian kepustakaan antara lain, 1) penelitian oleh Yus Rizal Muhammad, Abdul Rachman (2020) yang berjudul *Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Karya Musik Di Era Indsustri 4.0 (Studi Kasus Pada Band Sendau Gurau di Semarang)* relevansi penelitian ini adalah memiliki persamaan tentang strategi promosi band di dalam media sosial. Perbedaan dari penelitian ini adalah pemilihan objek dan media sosial yang digunakan dalam promosi. 2) Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Untari<sup>1</sup>, Dewi Endah Fajariana<sup>2</sup> (2018) yang berjudul *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik)* relevansi penelitian ini adalah memiliki persamaan meneliti tentang media sosial *instagram* sebagai sarana promosi, perbedaannya adalah dalam penelitian band Bortons lebih banyak media sosial yang digunakan. 3) Penelitian yang dilakukan oleh Dinda Sekar Puspitarini (2019) yang berjudul *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)* relevansi penelitian ini adalah memiliki persamaan *instagram* sebagai media promosi memiliki kepraktisan dan memberikan manfaat hanya dengan mengunggah foto ataupun video produk ke akun *instagram*, perbedaannya adalah dalam penelitian band Bortons lebih fokus terhadap konten yang diunggah. 4) Penelitian yang dilakukan Zul Hazmi Harahap (2022) yang berjudul “*Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Musik Dan Personal Branding Penyanyi Vionita Sihombing*” relevansi penelitian ini adalah memiliki persamaan mempromosikan karya musik melalui *Youtube*, dan *Instagram*, hal tersebut sangat bermanfaat bagi mempromosikan lagu. Perbedaannya adalah media sosial yang digunakan oleh band Bortons mencakup *instagram*, *youtube*, *whatsapp* dan *bandcamp* sedangkan pada penelitian vionita adalah *youtube*, *instagram* dan *tiktok* Aktivitas promosi tersebut dilakukan dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat pada setiap media sosial. 5) Penelitian yang dilakukan oleh Puguh Kurniawan (2017) yang berjudul “*Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh*” relevansi penelitian ini adalah media sosial *instagram* sebagai media promosi dan menjadikan kemajuan dalam penjualan, perbedaan dalam penelitian ini adalah perbedaan objek dan media sosial yang digunakan dalam promosi.

Dari pemaparan diatas penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi promosi band Bortons melalui media sosial *Instagram*, *youtube*, *whatsapp* dan *bandcamp* juga sebagai sarana belajar untuk musisi *independent* atau tanpa label yang ingin melakukan promosi karyanya melalui media sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian “*Strategi Promosi Band Bortons Melalui Media Sosial Instagram, Youtube, Whatsapp, dan Bandcamp DiMalang Pada Tahun (2020-2022)* menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan Pada bulan November 2023- Maret 2024 di *Base Camp* band Bortons yang terletak di Café Santoso Jalan Kalpataru No. 4 A, Tulusrejo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur

Teknik pengumpulan data secara langsung dengan menggunakan Teknik, wawancara, observasi, dan dokumentasi di lapangan. Wawancara dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur dengan 5 orang narasumber yaitu: Arya Prasetyo (22 tahun) Manager band Bortons, Oka Firdaus (21 tahun) Gitaris 1 band Bortons, Isa Wahyudia (20 Tahun) Gitaris 2 band Bortons, Moch Ayyub (22 tahun) Vokalis band Bortons dan Nathanael (22 tahun) Drummer band Bortons.

Analisis data dengan menganalisis data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik dari Milles & Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Sugiono, 2011). Reduksi dengan memilah data penting strategi promosi

band Bortons melalui media sosial instagram, youtube, whatsapp dan band serta apa saja strategi dalam setiap media sosial yang digunakan. Penyajian data dengan menyusun data hasil reduksi dalam bentuk deskripsi strategi promosi band bortons melalui media sosial instagram, youtube, whatsapp dan bandcamp. Kemudian penarikan kesimpulan untuk mendapatkan hasil penelitian.

Pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan wawancara pertanyaan yang sama yang telah disusun oleh peneliti kepada 5 narasumber, kemudian ditarik kesimpulan. Triangulasi sumber untuk menguji keabsahan dengan memanfaatkan data dari berbagai sumber yang berbeda (Sugiono, 2016:127). Sebagai contoh peneliti melakukan wawancara dengan narasumber, salah satu pertanyaannya Bagaimana band bortons memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media sosial instagram sebagai sarana promosi? Pertanyaan tersebut diajukan kepada pada narasumber yaitu Arya Prasetyo, Oka Firdaus, Isa wahyudia, Moch Ayyub, dan Nathanael, kemudian ditarik kesimpulan dan menghasilkan data penelitian.

Triangulasi Teknik penelitian ini menggunakan 3 teknik yang berbeda yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Triangulasi teknik, membandingkan data hasil wawancara 5 narasumber, observasi, dan dokumentasi dan didapatkan data yang relevan. Sebagai contoh data hasil wawancara band Bortons melakukan promosi jadwal manggung agar banyak yang hadir dalam acara band Bortons, hasil observasi di lapangan terlihat banyak sekali yang hadir dalam acara band Bortons, serta hasil dokum entasi foto acara band Bortons manggung. Ditarik kesimpulan strategi promosi band Bortons dengan menggunakan promosi jadwal manggung membuat antusias penggemar untuk hadir di acara band Bortons.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Strategi Promosi Band Bortons Melalui Media Sosial**

Strategi promosi yang dilakukan oleh band Bortons menjalankan tiga aspek promosi yang meliputi menciptakan kesadaran, membangun koneksi, dan meningkatkan penjualan. Teori Baker menjelaskan bahwa terdapat tiga tahapan penting dalam promosi musik yaitu menciptakan kesadaran (*creating awareness*), menjalin koneksi (*making connections*), dan meningkatkan penjualan (*asking for the sales*).

#### **1. Menciptakan Kesadaran (*creating awarness*)**

Mengambil langkah untuk memperkenalkan diri kepada kelompok tertentu dikenal dengan istilah “menciptakan kesadaran”. Menciptakan kesadaran (*creating awareness*) adalah langkah awal dalam menampilkan diri kepada publik dan menjadi langkah yang krusial dalam promosi seorang artis atau musisi, massa harus bisa dibuat merasa familiar terlebih dahulu sebelum akhirnya mereka memutuskan untuk membeli karya atau mengundang artis tersebut (Heribertus, n.d.). Band Bortons mengambil tindakan pada tahap peningkatan kesadaran dengan memposting musik mereka di *YouTube* dan kemudian membagikannya di *platform* media sosial seperti *Instagram* dan *WhatsApp*. Selain itu, band Bortons juga mengunggah karya mereka ke media layanan *streaming* musik *bandcamp* dan menjual *merchandise*. Dengan melakukan langkah-langkah tersebut band Bortons berusaha menciptakan sebuah kondisi dimana massa akan terpapar oleh profil, karya, dan konten mereka.

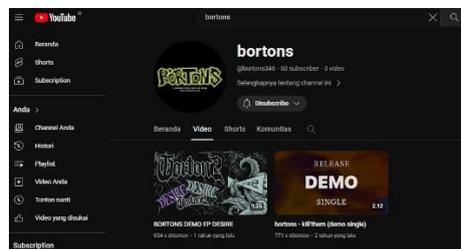
Dalam menciptakan kesadaran yang dimaksud adalah membuat massa menyadari dan membuat massa familiar dengan adanya sebuah band asal Malang dengan *genre metal hardcore* bernama Bortons. Hal ini membuat orang lebih mudah untuk mengingat band Bortons sehingga lebih mudah dalam menarik massa. Baker menjelaskan bahwasannya langkah awal dalam promosi musik adalah dengan membuat massa merasa lebih familiar dengan sang artis (Bingar Jati & Rusdi, 2021b). Berikut merupakan langkah yang dilakukan band Bortons dalam menciptakan kesadaran:

##### **a. Mengunggah karya ke Yotube**

Pemilihan media sosial *youtube* oleh band Bortons karena memiliki beberapa kelebihan seperti penggunaannya yang gratis tidak perlu membayar untuk menonton atau mengunggah konten kedalam *youtube*, mudah dalam penggunaan aplikasinya, dapat di akses di berbagai perangkat, memiliki beberapa fitur lainnya, tidak memerlukan pembuatan akun terlebih dahulu untuk menggunakan, sehingga sangat mudah diakses oleh orang-orang dari semua kalangan

(Harahap, 2022). *Channel* band Bortons dapat diakses dengan mengetik kata kunci “Bortons” pada fitur pencarian dimana secara otomatis akan muncul jendela pencarian atau tertera pada link berikut <https://youtube.com/@bortons346?feature=shared>.

Dari hasil wawancara Oka Firdaus (12 Januari 2024) penyebaran konten melalui *youtube* terbilang sangat mudah dan juga penyebaran yang cepat dikarenakan penggunaanya yang banyak menjadikan *youtube* sebagai sarana promosi terbaik untuk para musisi dengan durasi konten yang tidak terbatas dan kualitas pengunggahan konten yang baik. Dalam penggunaan *youtube* band Bortons juga lebih fokus terhadap bagaimana agar karya mereka sampai kepada publik bukan melihat dari banyaknya *subscriber* yang terlihat di profil *youtube* mereka. Menurut band Bortons tujuan memberikan kesadaran akan adanya band Bortons kepada massa adalah dengan membuat karya mereka sering didengar agar band Bortons lebih dikenal melalui karya dan konten lainnya. Pemanfaatan media Youtube yang optimal dalam memperoleh *views*, *likes*, *comment*, *subscribe*, dan *share* adalah langkah untuk memperoleh *Brand Awareness* (kesadaran terhadap brand), *Brand Engagement* (membentuk hubungan dengan brand), dan *Word of Mouth* atau rekomendasi dari orang lain secara langsung (Candra, n.d.).



**Gambar 1. Beranda youtube band Bortons**  
(Sumber: Youtube original Bortons, 22 February 2024)

Promosi band Bortons di media sosial youtube memiliki beberapa konten yang mereka unggah, dalam mengunggah konten mereka mempersiapkan secara baik konten tersebut mulai dari thumbnail konten hingga konten yang di unggah, beberapa konten yang di unggah tersebut antara lain:

1) *Teaser* atau *Demo Single*

Band Bortons menggunakan *teaser* ini memiliki tujuan untuk memancing penonton untuk lebih ingin tahu tentang konten yang dibawakan. Menurut band Bortons melalui *teaser* mereka sudah memiliki potensi untuk membuat penonton memperbincangkan. *Teaser* atau *demo* merupakan video dengan durasi dibawah satu menit. *Teaser* sendiri dalam bahasa Indonesia memiliki arti “penggoda”, *teaser* digunakan untuk membuat orang lebih ingin tahu tentang konten yang akan dirilis (Harahap, 2022).

2) *Ep* atau Mini Album

*Youtube* band Bortons juga memiliki konten *Ep* atau minialbum, perbedaannya dengan *single* adalah *Ep* memiliki durasi yang lebih panjang karena dalam satu konten terdapat 5 lagu yang sudah di gabung menjadi satu konten atau satu video. Mini Album yang telah dirilis oleh band Bortons yaitu *Desire* dan *Killthem*. Didalam youtube band Bortons sudah terunggah *single* atau lagu mereka yang telah mereka produksi. Beberapa *single* yang telah dirilis oleh band Bortons antara lain 1) *Intro*, 2) *Killthem (remastered)*, 3) *Egoism*, 4) *Desire*, dan 5) *Right Now*. Semua *single* ini dirilis pada tahun 2022. Karya band Bortons sendiri memiliki durasi yang pendek dan memiliki lirik yang sedikit dan diulang-ulang untuk membuat pendengar lebih cepat menghafal karya mereka atau merasa familiar. Bentuk musik mempunyai kompleksitas yang sangat beragam, secara umum pendengar akan lebih mudah memahami bentuk komposisi musik yang pendek dan sederhana, dengan pengulangan yang singkat (Pristiati & Rochbeind, 2022). Menurut “Resmadi” EP atau *Extended Play* dan album adalah salah satu format rekaman musik yang memiliki keunggulan dan tujuannya masing-masing untuk memperkenalkan karya para seniman musik kepada masyarakat luas (Resmadi et al., n.d.).

Menurut band Bortons penggunaan media Youtube dalam mempromosikan karya musik mereka di anggap efektif sebagai sarana memperkenalkan karya mereka kepada massa, karena

dengan mengunggah karya ke dalam Youtube dapat membuat massa terpapar oleh karya band Bortons. Dengan mengunggah karya musik band Bortons ke dalam *youtube*, massa lebih mudah menemukan band Bortons karena massa dapat mengenali band Bortons melalui karya mereka. Namun kekurangan dari promosi youtube sendiri karena tidak adanya fitur direct messenger sehingga massa hanya bisa berkomentar dalam postingan mereka. Mengunggah karya ke dalam youtube adalah salah satu langkah menciptakan kesadaran kepada massa karena massa dapat menemukan sang artis melalui karya yang mereka sebar (Heribertus, n.d.).

#### **b. Menyebarluaskan informasi band Bortons ke media sosial**

Hingga saat ini Band Bortons menggunakan berbagai media sosial dalam menyebarkan dan mengenalkan profil dan karya-karya mereka kepada masyarakat luas untuk mengenalkan band mereka melalui internet untuk mempermudah massa mengakses secara virtual. Strategi pemasaran atau promosi yang memanfaatkan jaringan internet sebagai sarana aksesnya dikenal dengan strategi promosi berbasis internet, hal ini memungkinkan masyarakat umum untuk mengetahui dan merasakan barang dan jasa yang dipasarkan hanya melalui handphone dan sejenisnya (Gumilar, n.d.).

Penggunaan media online seperti *Instagram* dan *whatsapp* di anggap efektif oleh band Bortons dalam melakukan strategi promosi dan pemasarannya dikarenakan kemudahan penggunaannya dan hanya dilakukan melalui *smartphone* dan perangkat sejenisnya. Promosi melalui media sosial merupakan salah satu jenis promosi digital karena memungkinkan konsumen atau pasar melihat barang dan jasa yang diiklankan di gadget terbaru, seperti laptop dan ponsel (Yusuf, 2020). Media online yang disebutkan di atas oleh band Bortons digunakan sebagai sarana menyebarkan informasi seputar band mereka, karena fitur yang cocok dalam proses penyebaran informasi. Salah satu dari berbagai macam promosi adalah promosi media sosial, contoh jenis promosi media digital adalah internet dan media sosial atau juga disebut sebagai jejaring sosial dimana dengan menggunakan teknologi ini dapat membantu masyarakat dalam menyebarluaskan apapun secara virtual untuk mendapatkan sesuatu yang dituju (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

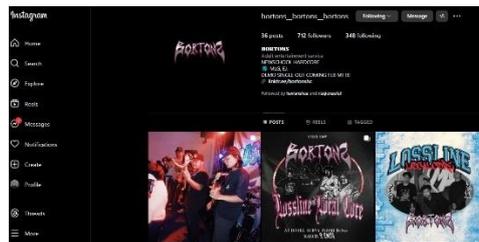
Dari hasil wawancara Arya Prasetyo (23 Februari 2024) dengan menggunakan berbagai media sosial yang berbeda selain dirasa sangat efektif sebagai salah satu media promosi juga memberikan dampak yang besar kepada band Bortons. Strategi dalam mempromosikan karya musik band Bortons di setiap media sosial berbeda-beda karena setiap media sosial memiliki fiturnya masing-masing, akan tetapi dalam konten yang digunakan untuk di unggah dalam media sosial tersebut semua sama. Penggunaan media sosial yang tepat dalam promosi sangat penting karena setiap media sosial memiliki kelebihan masing-masing dari segi fitur, jangkauan, kemudahan penggunaan aplikasi, dan banyaknya pengguna aplikasi itu sendiri (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Media sosial yang digunakan band Bortons untuk menyebarluaskan informasi antara lain:

##### **1) Instagram**

Dari hasil wawancara Moch Ayyub (22 Februari 2024) *instagram* sangat cocok untuk sarana berbagi karya musik maupun memperkenalkan profil band Bortons, dengan menggunakan fitur-fitur yang sudah banyak sekali di *instagram* memudahkan band Bortons untuk bisa lebih kreatif dalam membagikan karya-karya dan konten-konten di dalam *instagram* menjadikan *instagram* sebagai media sosial paling efektif diantara media sosial lainnya yang digunakan oleh band Bortons. Media sosial *instagram* memiliki banyak kelebihan mulai dari layanan gratis dalam penggunaannya, pengguna yang banyak, sangat mudah untuk digunakan, memiliki sistem koneksi dengan media sosial lainnya, mudahnya melakukan promosi dan masih banyak lagi (Nuraini et al., 2017). Dari hasil wawancara Arya Prasetyo (15 Mei 2024) selain mengandalkan akun *instagram* band Bortons sendiri, para personel band Bortons juga saling menyebarkan informasi band melalui akun masing-masing personel, menurut mereka dari banyaknya pengikut yang ada di akun masing-masing personel sangat efektif untuk lebih bisa menyebarluaskan informasi. Seperti pengikut Arya Prasetyo sebanyak 1.450 dengan username @harjoowidodo, Oka Firdaus sebanyak 1.115 dengan username @okafirdaus\_, Nathanael sebanyak 1.243 dengan username @nathanaelhtj, Isa wahyuda sebanyak 1.597 dengan username @isa.whyda dan Moch Ayub sebanyak 270 dengan username @meewpo. Promosi melalui *Instagram* memudahkan penggunanya mengakses gambar

maupun video kemudian mengeditnya dengan filter digital, dan mengunggahnya ke platform media sosial lainnya (Muhammad & Rachman, 2020).

Akun *Instagram* digunakan band Bortons sebagai media promosi band mereka dengan bidikan para remaja karena kebanyakan remaja diusia tersebut aktif menggunakan media sosial *Instagram* dan juga sesuai dengan karya-karya mereka dengan bidikan pasar remaja. Dari hasil wawancara Oka Firdaus (12 Januari 2024) media *instagram* ini dirasa cukup efektif dalam rangka mempromosikan karya-karya band Bortons terutama dikalangan remaja, hal itu bisa ditunjukkan dengan seringnya band Bortons dipanggil untuk mengisi di event atau gigs di Kota Malang maupun luar Kota Malang yang di hadiri oleh anak-anak usia remaja. Username band Bortons dapat dicari dengan mengetik @bortons\_bortons\_bortons dilaman pencarian *instagram* dengan jumlah pengikut 712. Pengguna *instagram* di Indonesia saat ini didominasi oleh remaja dan dewasa muda dengan rentan usia 18-24 tahun, dengan banyaknya pengguna *instagram* menjadikan *instagram* sebagai media promosi yang efektif bagi generasi saat ini (Prihatiningsih, 2017).



**Gambar 2. Akun Instagram band Bortons**

(Sumber: Instagram Official Bortons, 22 February 2024)

Dalam mempromosikan karya dan band mereka di media sosial *instagram* ini ada beberapa konten yang diunggah oleh band Bortons untuk menarik massa mereka, ada beberapa fitur yang ada didalam *instagram* yang dimanfaatkan oleh band Bortons yaitu *feeds*, *instagram stories*, dan *reels*. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di *instagram* dapat meningkatkan kesadaran massa terhadap band Bortons melalui konten-kontennya. Mempromosikan konten dengan menggunakan fitur-fitur yang ada didalam *instagram* akan menumbuhkan *awarness* masyarakat akan sebuah produk yang dipublikasikan (Megadini & Anggapuspa, 2021).

Fitur yang pertama digunakan oleh band Bortons adalah fitur *feeds*, fitur *feeds* dapat membantu band Bortons dalam membagikan foto moment mereka disetiap hal. Band Bortons memanfaatkan fitur *feeds* untuk mempromosikan bandnya, konten yang diunggah antara lain pamflet jadwal manggung, dokumentasi aksi panggung, foto personil, merchandise, perilsan karya musik, dan desain album. Promosi dengan menggunakan *feeds instagram* dapat dilakukan dengan memposting konten berupa gambar/foto produk untuk upaya promosi secara langsung dan informasi menarik lainnya untuk upaya promosi secara tidak langsung (Agung Imawan & Dwi Pribadi, n.d.).

Fitur yang selanjutnya digunakan oleh band Bortons adalah Fitur *Instagram Stories*, Bortons sering menggunakan fitur ini untuk pengunggahan foto maupun video yang hanya dibagikan dengan durasi penayangan satu hari. Adapun beberapa aktivitas promosi yang dilakukan band Bortons melalui fitur *Instagram Stories* yaitu mengunggah cuplikan lagu-lagunya, mengunggah ulang konten yang sudah di upload di dalam *feeds* atau merepostnya di *instagram stories*, merepost tag atau mentions dari penggemar yang menandai band Bortons dalam postingan mereka, mengunggah jadwal manggung mereka dan memberikan caption untuk selalu datang dalam acara mereka. Fitur ini merupakan salah satu fitur yang paling disukai di kalangan pengguna *Instagram*, khususnya untuk keperluan bisnis dan pemasaran. Hal ini disebabkan kemudahan penggunaan dan keampuhannya dalam penjualan dan promosi produk (Harahap, 2022). Dengan kemampuan untuk menambahkan musik, stiker, filter, subtitle, sebutan, tempat, dan fitur imajinatif lainnya, *Instagram stories* ini merupakan fitur yang bagus untuk berekspresi melalui video dan foto (Untari & Fajariana, 2018).

Dari hasil wawancara Arya Prasetyo (23 Maret 2024) fitur *instagram stories* ini menjadi hal yang paling mereka andalkan, karena banyaknya orang yang menyukai stori mereka di *instagram*

dan juga mudahnya pengguna lain untuk berkolaborasi dengan band bortons hanya dengan memberikan *mention* di postingan *instagram stories* mereka. Karena pengguna *Instagram* lebih suka menonton *Instagram Stories* daripada fitur *feed*, promosi *Instagram Stories* kini menjadi metode paling sukses untuk menjangkau khalayak dalam jumlah besar di *platform*, konten *Instagram Stories* sering dianggap dapat membuat hubungan yang lebih dekat dengan pemirsa (Harahap, 2022).

Fitur selanjutnya yang digunakan oleh band Bortons adalah *reels*. *Reels instagram* ini sama seperti feeds hanya saja digunakan Bortons untuk mendapatkan jangkauan yang lebih luas. Didalam *reels instagram* band Bortons terdapat *demo single* mereka yang sudah di tonton ribuan kali oleh pengguna *instagram*. Menurut mereka penggunaan *reels instagram* ini dapat menjangkau sasaran yang lebih luas karena konten ini berupa video yang akan lewat di beranda *reels* pengguna *instagram* lainnya. Fitur *reels instagram* memungkinkan pengguna untuk mengedit video dengan berbagai elemen termasuk efek, filter, musik, dan fitur menarik lainnya, dan memiliki waktu proses maksimum 90 detik dengan jangkauan penyebaran yang lebih luas (Harahap, 2022).

## **2) Whatsapp**

Band Bortons memanfaatkan *whatsapp* sebagai alat untuk menyebar luaskan informasi yang berkaitan dengan aktivitas band Bortons, menurut mereka aplikasi *whatsapp* ini adalah aplikasi yang sangat mudah untuk digunakan dan hampir semua masyarakat menggunakan, bortons sendiri hanya menggunakan fitur *whatsapp stories* yang dimana semua personil membagikan konten di akun *whatsapp* masing-masing personil band Bortons. Dari hasil wawancara Moch Ayub (29 Januari 2024) band Bortons mempromosikan semua konten, jadwal panggung mereka di *story whatsapp* personil band bortons karena kemudahan dalam cara pengunggahan dan penyebaran yang sangat cepat. Di antara banyaknya media sosial, *Whatsapp* adalah salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan dalam komunikasi dan berbagi, konten yang diposting ke cerita *WhatsApp* dalam hitungan detik dapat dilihat dan mempengaruhi yang kontakannya disimpan (Andamisari, 2021).

Beberapa konten yang Bortons bagikan di media sosial *whatsapp* berupa foto, video maupun *link*. Konten yang mereka bagikan meliputi informasi jadwal manggung mereka berupa pamflet, video latihan mereka sebelum perform atau video kegiatan band Bortons, foto merchandise mereka, dan informasi lainya seperti kapan mereka akan merilis *single* baru, dengan mereka menyebarkan informasi melalui *whatsapp* banyak sekali kontak *whatsapp* dari setiap personil yang menanggapi konten mereka dengan membalas *stories whatsapp* ini menjadikan massa sudah terpapar oleh band Bortons dan memberikan keuntungan bagi Bortons. Penggunaan *whatsapp* sebagai media promosi ternyata hanya efektif dalam menyebarkan informasi, bukan sebagai media pengunggahan karya musik karena keterbatasan fitur yang ada di dalam *whatsapp*. Dan kekuarangan *whatsapp* sendiri dalam mempromosi band yaitu keterbatasan penyebaran yang hanya bisa disebar kepada nomor kontak yang telah di simpan saja, berbeda dengan *instagram*, *youtube* yang bisa di akses oleh semua kalangan. *Whatsapp* adalah aplikasi yang telah dikenal sangat luas dan digunakan hampir seluruh masyarakat, dengan penggunaannya yang mudah *whatsapp* juga bermanfaat dalam proses komunikasi, memberi dan merima informasi berupa teks, foto, video dan fasilitas lainnya yang sangat memberikan keuntungan pada pengguna dalam menyebarkan informasi kepada nomor kontak yang telah disimpan (Muhammad & Rachman, 2020).

### **c. Memasukan Karya Band Bortons ke Bandcamp**

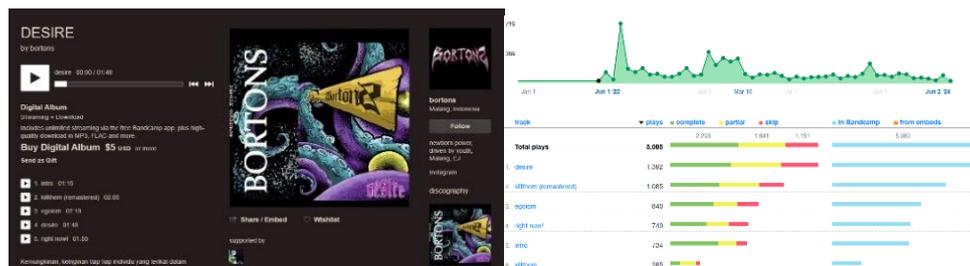
Memasukan karya kedalam aplikasi *streaming* musik juga merupakan cara membuat massa familiar dengan kehadiran band Bortons di industri musik. Band Bortons dapat memperbesar kesempatan mereka untuk didengar karya-karya nya karena saat ini masyarakat lebih cenderung lebih banyak menggunakan aplikasi *streaming* musik dibandingkan dengan opsi lainya. Saat ini, cara paling populer bagi pendengar musik untuk mendengarkan musik adalah melalui layanan *streaming* musik digital karena pelanggan dapat mengakses katalog musik yang luas tanpa batas menggunakan layanan ini (Noviani et al., 2020). Selain mengunggah karya mereka di *Youtube* dan menyebarluaskan karya mereka di aplikasi lainya akan membuat massa menerima paparan

Bortons dengan frekuensi yang lebih tinggi karena dapat melihat karya maupun konten Bortons dimana mana dalam berbagai aplikasi yang berbeda.

Menurut Baker, untuk meningkatkan kesadaran, seseorang juga harus membuat website, mempromosikan karya seniman di radio atau layanan musik lainnya, mengunggah karya ke youtube, dan mengoptimalkan halaman pencarian agar massa mendapat lebih banyak paparan dari karya artis (Bingar Jati & Rusdi, 2021b). Perihal promosi radio, saat ini band Bortons mengatakan tidak fokus untuk mengejar promosi melalui radio karena dirasa sudah kurang efektif dan lebih memilih menggunakan aplikasi streaming musik.

Dari hasil wawancara Arya Prasetyo (26 November 2023) Bortons menggunakan aplikasi *bandcamp* sebagai media mempromosikan karya musiknya untuk mengenalkan karya dan band mereka kepada industri musik dengan bidikan yang lebih luas lagi dengan sistem pendengaran secara gratis maupun berbayar, pendengar band Bortons diketahui sudah sampai ke beberapa negara diluar negara Indonesia dengan total pendengar 5.082 kali diputar di album pertama mereka. *Bandcamp* merupakan *platform streaming* musik seperti *spotify*, *joox*, dan lain sejenisnya, *bandcamp* memiliki sistem dimana penggunaanya dapat mendengarkan musik secara gratis maupun berbayar(Hesmondhalgh et al., 2019).

Dari hasil wawancara Moch Ayyub (29 januari 2023) penggunaan aplikasi ini dikatakan berhasil menarik pasar tidak hanya pasar domestik namun juga pasar manca negara karena banyaknya artis yang menggunakan *bandcamp* dan lebih meninggalkan platform besar sejenisnya karena *bandcamp* sangat mendukung semua seniman musik besar maupun kecil diperlakukan sama penggunaan *bandcamp* dalam mengunggah karya tidak dipungut biaya, berbeda dengan platform musik seperti *spotify*, *joox* dan sejenisnya akan tetapi dalam pemutarannya pemilik akun bisa mengatur akan dibuat berbayar ataupun gratis. Penggunaan *bandcamp* juga karena mahalnya perilsan musik di platform-platform besar yang sejenis, sebagai band independent Bortons lebih memilih platform yang sesuai dengan keadaan mereka, dalam pengunggahan karya kedalam *bandcamp* juga bisa dilakukan detik itu juga seperti pada media sosial lain tanpa harus membutuhkan bantuan agreggator atau label pada aplikasi sejenisnya. Menurut James Fenney *bandcamp* memiliki daya tarik besar di struktur pembayarannya dibandingkan dengan platform besar lainnya, *bandcamp* hanya mengenakan presentase 15% untuk unduhan karya dan 10% untuk *merchandise* terlebih lagi karena artis dapat menentukan harga jual sendiri, selain itu artis dapat mengunggah karya mereka didetik itu juga seperti halnya media sosial lainnya (The Platformization of the Music Industry A Case Study of Bandcamp, 2019).



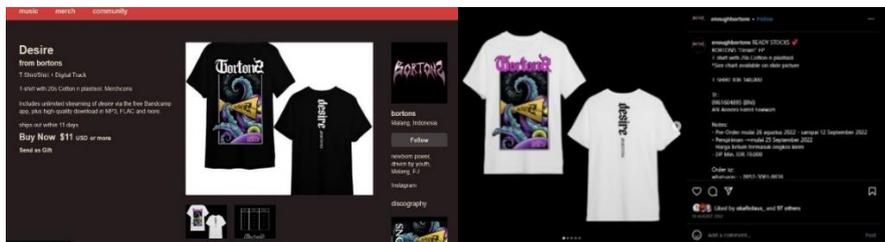
**Gambar 3. Karya musik band Bortons di bandcamp**  
(Sumber: Bandcamp Official Bortons, 22 February 2024)

Band Bortons menggunakan *bandcamp* untuk perilsan karya dan penjualan karya, juga untuk penjualan *merchandise* mereka, selain menjual barang berupa single digital mereka juga menjual barang berupa fisik yaitu *merchandise* kaos mereka dari album pertama. Ternyata keefektifitas *bandcamp* dalam promosi band berdampak besar karena selain penyebaran karya yang cepat dan luas sang artis juga bisa menjual karya fisik. Menurut James Fenney beberapa hal yang dapat digunakan melalui *bandcamp* yaitu, artis dapat membuat atau mendirikan toko *online* tidak hanya untuk mendownload secara digital tetapi juga dapat menjual CD fisik, piringan hitam, kaos, poster, tiket pertunjukan dan masih banyak lagi(The Platformization of the Music Industry A Case Study of Bandcamp, 2019).

#### **d. Penjualan Merchandise**

Di dalam *instagram* dan *bandcamp* band Bortons juga ada postingan tentang *merchandise* mereka, dalam postingan *merchandise* band Bortons diberikan informasi untuk tempat memesan *merchandise* mereka. Dari hasil wawancara Arya Prasetyo (26 November 2023) penjualan *merchandise* ini melebihi batas yang di produksi oleh band Bortons sehingga banyak sekali pesanan *merchandise* yang dilakukan diluar waktu yang ditentukan. *Merchandise* digunakan Bortons sebagai sarana *branding* band mereka atau memperkenalkan band mereka kepada massa, *merchandise* juga digunakan bortons sebagai alat terimakasih kepada para penggemar yang telah mengapresiasi band Bortons melalui karyanya. Dalam wawancara dengan Oka Firdaus pada (23 Februari 2024), dikatakan bahwa dengan menjual *merchandise* mereka yang belum mengetahui Bortons menjadi mencaritahu lebih banyak tentang mereka setelah melihat *merchandise* terkait Bortons, karena menjual *merchandise* dapat meningkatkan *visibilitas* Bortons kepada masyarakat umum, dapat dikatakan bahwa tahap membangun kesadaran dan memberikan paparan lebih kepada massa. Dengan orang membeli *merchandise* band Bortons juga secara tidak langsung orang tersebut ikut mempromosikan Bortons melalui *merchandise* yang digunakan, ternyata penjualan *merchandise* menjadi hal yang sangat efektif untuk dilakukan dalam rangka menciptakan kesadaran kepada massa. Salah satu media branding yang dimanfaatkan untuk membantu upaya promosi suatu brand adalah dengan membuat *merchandise*, tergantung pada tujuan bisnisnya, *merchandise* mungkin bisa dijual atau dibagi-bagikan secara gratis (Oktaviani, n.d.).

*Merchandise* yang dijual oleh band Bortons adalah kaos dengan spesifikasi beberapa ukuran yaitu, S (lebar 47cm x panjang 68cm), M (lebar 51cm x panjang 73cm), L (lebar 54cm x panjang 76cm), dan XL (lebar 58cm x panjang 80cm) dengan 2 pilihan warna yaitu Hitam dan putih dengan logo artwork album mereka di bagian depan dan tulisan album mereka dibagian belakang, dengan menggunakan bahan cotton combed 20s.



**Gambar 4. Merchandise band Bortons**

(Sumber: Bandcamp & Insatgram Official Bortons, 22 February 2024)

Membeli dan mengelola produk untuk memenuhi tujuan yang telah ditentukan dikenal sebagai merchandising, kumpulan barang-barang yang sangat mirip yang diperlihatkan kepada pelanggan yang sama untuk diperjual belikan (Oktaviani, n.d.)

Pada tahap awal menciptakan kesadaran (*creating awareness*), band Bortons telah melakukan langkah-langkah berupa mengunggah video ke dalam youtube, menyebarkan informasi melalui media sosial, mengunggah karya musik mereka ke dalam layanan streaming musik, dan menjual *merchandise*. Dengan melalukan empat langkah tersebut band Bortons berusaha menciptakan kondisi dimana massa akan terpapar oleh karya dan konten band Bortons. Menurut Baker ada beberapa cara yang dilakukan untuk menumbuhkan kesadaran kepada massa antara lain tampil live sebanyak mungkin, memasang poster band sebanyak mungkin, membuat *website*, membuat akun media sosial, mengunggah video musik kedalam youtube, mengejar promosi radio dan menentukan kata kunci pencarian (Heribertus, n.d.).

## **2. Membangun Koneksi (*Making Connections*)**

Dalam mempromosikan sebuah band atau artis khususnya independent promosi tidak hanya selalu memperkenalkan diri kepada massa, tetapi terdapat hal lain yang lebih krusial yaitu membangun ikatan atau koneksi (Heribertus, n.d.). Dalam tahapan *making connection* band Bortons ada empat langkah yang dilakukan yaitu membangun hubungan dengan akun media sosial

band lain dan promotor event musik di Malang, mengunggah foto penggemar dan penonton band Bortons di akun Instagram, membalas komentar, dan menyebarkan pamflet event. Baker menekankan pentingnya dalam menjalin hubungan dengan massa atau penggemar yaitu membuat mailing list, mengirimkan surat elektronik mengenai aktivitas musisi yang bersangkutan, menanggapi komentar di akun media sosial yang digunakan, mengucapkan terima kasih kepada penggemar, dan mengirimkan undangan kepada penggemar ketika musisi ingin bermain adalah beberapa strategi yang disarankan oleh Baker. (Heribertus, n.d.). berikut langkah dalam membangun koneksi yang dilakukan oleh Bortons:

**a. Kolaborasi dengan akun lain**

Kolaborasi menjadi hal yang efektif untuk dilakukan dalam membangun dan mempertahankan koneksi. Dalam usaha promosi band Bortons menjalankan langkah membangun koneksi sebesar-besarnya, dengan koneksi yang luas memudahkan penyebaran informasi tentang band Bortons kepada massa, dalam membangun koneksi band Bortons melakukan kolaborasi dengan akun *instagram* pengguna lain untuk menjaring massa yang lebih besar. Dari hasil wawancara Arya Prasetyo (23 februari 2024) band Bortons sering saling bertukar akun media sosial mereka dengan akun media sosial lain untuk menambah koneksi dan menjaga hubungan baik, salah satu contoh adalah seringnya band Bortons berkolaborasi dalam event musik dalam postingan media sosial *instagram*. Dalam membangun koneksi atau relasi, band Bortons menggunakan media sosialnya untuk saling bertukar *following*, banyak sekali akun *instagram* band lain yang sudah mengikuti band *bortons* maupun sebaliknya, bukan hanya akun band tetapi juga akun promotor event musik di malang maupun luar kota Malang. Dari hasil wawancara Natanael (28 Maret 2024), dengan banyaknya pengikut akun mereka dari promotor acara musik, band Bortons sering sekali di panggil di event musik di Malang maupun luar kota Malang, hal ini menjadi keuntungan bagi band Bortons untuk dapat lebih mengenalkan mereka kepada pasar musik melalui acara" event yang di ikuti dan menjadi sangat efektif dilakukan untuk menjaring massa melalui *instagram*. Untuk memperkuat posisi masing-masing pihak, kolaborasi adalah tindakan beberapa pihak yang bekerja sama untuk mengeksekusi ide atau konsep untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan, berdasarkan premis yang saling menguntungkan bagi masing-masing pihak (Anis Marjukah et al. 2021).

**b. Mengunggah Foto Penonton Bortons**

Selain itu dalam membangun koneksi, band Bortons sering sekali mengunggah foto para penggemarnya saat konser band Bortons di *instagram* maupun *whatsapp stories*, dari hasil wawancara Natahael (28 Maret 2024) hal tersebut adalah cara band Bortons mengucapkan terimakasih dan mengapresiasi para penggemarnya yang selalu mensuport karya mereka dan menghadiri acara band Bortons di berbagai tempat, pengunggahan foto penggemar menurut band Bortons akan menjadikan para penggemar lebih dihargai dan menjadi lebih dekat dengan band Bortons, keefektifan mengunggah foto bersama penonton atau penggemar membuat setiap konser mereka selalu ramai. Menurut Baker dalam tahap membangun koneksi salah satu cara adalah dengan mengucapkan terimakasih kepada para penggemar sang artis untuk membuat para penggemar selalu setia (Heribertus, n.d.).



**Gambar 5. Foto Penonton Bortons**

(Sumber: Narasumber Arya Prasetyo, 24 Maret 2024)

### c. Membalas Komentar

Membalas komentar adalah hal yang mudah dilakukan namun akan berdampak kepada orang yang dituju. Menurut band Bortons aktif komentar adalah hal yang sangat penting karena dengan ini mereka dapat langsung bersosialisasi secara virtual dengan para pengikutnya melalui komentar-komentar di semua postingan. Saat menawarkan karya-karya Bortons kepada publik, kunci utama untuk mendapatkan respon baik dari pendengar adalah cepat dalam menanggapi chat dan komen dari publik, jawaban yang responsive bisa membuar publik nyaman dan senang sehingga menjadikan mereka menghargai Bortons.

Band Bortons mengusahakan untuk selalu membalas komentar para pengikutnya di media sosial yang terdapat komen didalam postingan band Bortons, dari hasil wawancara Moch Ayyub (22 Februari 2024) dengan selalu membalas komentar para pengikut akun media sosial band Bortons akan memberikan kesan baik kepada mereka, dengan cara responsif akan membuat nyaman penggemar dan menjadikan mereka lebih dekat dengan band Bortons.

Tanggapan yang cepat dan dilakukan secara berkala dapat menciptakan hubungan keterikatan dengan khalayak, hubungan keterikatan yang terjalin harus selalu dijaga dengan terlibat secara aktif dalam percakapan atau sejenisnya sehingga khalayak terdorong untuk selalu setia, aktif, serta merasa selalu dekat dan dikenal oleh pemilik akun (Putri & Azeharie, 2021).

### d. Menyebarkan pamflet Jadwal Event

Menyebarkan pamflet kepada para pengikut band Bortons melalui instagram dan whatsapp adalah cara memberitahukan kepada mereka bahwa Bortons memiliki acara dan mengharapkan kehadiran para pengikut mereka di acara tersebut, ini adalah cara efektif membangun koneksi melalui event-event yang dihadiri oleh band Bortons. Dengan Bortons menyebarkan pamflet event mereka secara tidak langsung para pengikut melihat dan tertarik untuk datang diacara yang Bortons hadiri. Dengan membuat postingan jadwal event secara tidak langsung band Bortons mengharapkan kehadiran massa untuk hadir diacara tersebut itu menunjukkan bahwa Bortons ingin selalu dekat dan menjalin kebersamaan band mereka dengan para penggemar. Dengan Bortons menyebarkan pamflet event hampir disetiap panggung mereka selalu ramai dihadiri oleh para penonton Bortons. Baker menjelaskan pentingnya dalam membangun koneksi adalah dengan menyebarkan undangan kepada penggemar atau membuat surat kabar elektronik untuk menyampaikan kepada penggemar untuk memberitahukan perihal agenda sang artis sehingga penggemar dapat tertarik untuk ikut dalam agenda tersebut(Heribertus, n.d.).



**Gambar 6. Pamflet dan event Bortons**  
(Sumber: Dokumen Pribadi, 6 January 2024)

### 3. Meningkatkan penjualan (*asking for the sales*)

Pada tahap meningkatkan penjualan band Bortons berusaha membuat agar band dan karya mereka dapat di terima oleh publik, selain itu Bortons berusaha membuat agar band mereka lebih sering di panggil di event-event musik. Meningkatkan penjualan adalah hasil akhir yang dicapai oleh sebuah brand dari produk yang telah dihasilkan oleh brand tersebut(Permata Sari, 2020). Band Bortons menjalankan beberapa langkah yaitu Membuat album atau single dalam bentuk digital, dan membuat desain album yang menarik. Membuat alur khas atau sesuatu untuk membuat penggemar membeli atau mengundang artis dengan beberapa langkah yang disarankan oleh Baker yaitu membuat rekaman karya seorang musisi baik secara digital maupun fisik untuk

memudahkan masyarakat umum mengakses karyanya, merancang *booth* yang indah, dan membuat desain album atau single yang indah dan menarik (Heribertus n.d.). Berikut langkah yang digunakan oleh band Bortons dalam meningkatkan penjualan band mereka:

#### **a. Membuat Album Atau Single Versi Digital**

Dalam tahap meningkatkan penjualan membuat album atau single adalah hal yang sangat penting, semua album dan single band Bortons mereka unggah di youtube dan bandcamp band Bortons. Dengan membuat karya musik band Bortons sudah menaikkan penjualan mereka, dengan adanya karya dari band Bortons banyak sekali promotor event musik bahkan radio yang mengundang band Bortons untuk bermain maupun memutar karya mereka, selain itu dengan adanya karya musik mereka di platform digital mereka bisa menjual karya musik mereka sendiri. Menurut Baker dalam meningkatkan penjualan sebuah band, musisi atau artis salah satunya adalah membuat rekaman lagu versi fisik dan digital (Heribertus, n.d.). Tetapi dalam pembuatan single atau album band Bortons hanya fokus terhadap perilisian digital karena lebih efektif untuk saat ini. Dalam perilisian karya musik ada dua versi rilisan yaitu rilisan berupa fisik dan digital. Dalam bentuk fisik biasanya berbentuk CD (*Compact Disk*), Kaset audio, piringan hitam (*vinyl*), sedangkan rilisan musik digital adalah musik komersial yang dapat di akses dan dinikmati melalui teknologi digital atau online (Putra & Irwansyah, 2019a).

Dari hasil wawancara Isa Wahyudia (12 Maret 2024) pembuatan album atau single dalam bentuk digital lebih efektif digunakan saat ini, banyak orang sudah tidak memilih mendengarkan musik dengan bentuk fisik seperti kaset atau piringan CD karena dirasa kurang efisien dalam penggunaannya juga membutuhkan alat bantu dalam penggunaannya dan band Bortons lebih memilih mengunggah karya mereka secara digital ke dalam *youtube* dan *bandcamp*. Menurut penelitian yang dilakukan pada tahun 2018 oleh Daily Social, 88% orang telah beralih mendengarkan musik online; Persentase ini hampir mencapai 90% yang menunjukkan bahwa Indonesia mempunyai konsumsi musik digital yang cukup besar (Putra & Irwansyah, 2019b). semua album dan single band Bortons mereka unggah di Youtube dan bandcamp band Bortons.

#### **b. Membuat Desain Album Yang Menarik**

Selain membuat rilisan musik digital dalam meningkatkan penjualan band Bortons juga membuat desain album yang menarik, dari hasil wawancara Arya Prasetyo (23 Februari 2024) dalam meningkatkan penjualan, desain album adalah hal yang sangat krusial karena desain tersebut yang nantinya juga akan di buat sebagai merchandise mereka atau stiker yang akan di bagikan kepada para penggemar. Desain album juga dapat membuat orang lebih tertarik dengan karya yang dibuat dan menjadikan peningkatan penjualan yang besar. Desain didefinisikan sebagai fitur secara keseluruhan yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk itu terlihat, terasa dan berfungsi (Febrianti & Sudrajat, 2021).

Desain album atau single band Bortons dari album pertama dengan judul "Desire" yang dirilis pada tahun 2021 dan single kedua dengan judul "Killthem" yang dirilis pada tahun 2022 sendiri memiliki ciri khas dari segi warna dan tema yang mereka gunakan, dari unsur warna yang mereka gunakan menggunakan beberapa warna yaitu biru, kuning, ungu, hitam dan putih. Sedangkan dengan tema yang mereka buat yaitu abstrak, penggunaan tema abstrak adalah menunjukkan bahwa kebebasan dalam bermusik itu sangat luas. Dari hasil wawancara Arya Prasetyo (23 February 2024) tema yang kami gunakan abstrak karena memang dalam pembuatan desain album dan single hal yang utama adalah membuat desain yang terlihat menarik meskipun tidak memiliki arti, karena dalam lagu Bortons sudah menyampaikan semua pesan, dan untuk pemilihan warna kami konsisten dengan unsur warna yang sama sehingga massa akan hafal dengan karakteristik band Bortons itu sendiri. Tetapi dalam penggunaan karakter gurita menjelaskan bahwa gurita memiliki banyak tangan seperti band Bortons yang selalu merangkul banyak orang. Bagi pelaku bisnis, desain yang dirancang dengan baik adalah desain yang mudah diproduksi dan didistribusikan, namun bagi konsumen, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang menarik untuk dilihat, digunakan, dan dipasang (Febrianti & Sudrajat, 2021).



**Gambar 7. Desain Album Bortons**

(Sumber: Bandcamp Official Bortons, 22 February)

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh band Bortons di Malang dilakukan secara mandiri oleh anggota grup band Bortons sendiri tanpa ada keterkaitan dengan pihak label manapun. Dalam melakukan strategi promosi media sosial sendiri menggunakan tiga tahapan promosi yaitu 1) *creating awarness* (menciptakan kesadaran) dalam menciptakan kesadaran band Bortons melakukan beberapa langkah antara lain a. mengunggah karya ke Youtube, b. menyebarluaskan informasi ke media sosial, c. memasukan karya kedalam media sosial streaming musik, dan d. menjual merchandise sebagai cara menyebarkan profil dan karya kepada massa, 2) *making connections* (membangun koneksi) dalam membangun koneksi band Bortons melakukan beberapa langkah antara lain a. berkolaborasi dengan akun media sosial lain, b. mengunggah foto penggemar band Bortons, c. membalas komentar atau responsif d. menyebarkan pamflet kepada pengikut untuk membangun dan memperluas koneksi atau relasi, dan *asking for the sales* (meningkatkan penjualan) dalam meningkatkan penjualan band Bortons melalukan dua langkah yaitu a. membuat album atau single versi digital dan b. membuat desain album yang menarik.

Penggunaan media sosial yang beragam dianggap sangat efektif oleh band Bortons dalam promosi mulai dari menyebarkan karya, memperluas penjangaran massa dan meningkatkan penjualan band mereka. Jika diurutkan media sosial yang paling efektif dalam promosi band Bortons yaitu instagram, bandcamp, youtube, dan whatsapp karena perbedaan fitur yang ada di media sosial tersebut. Penggunaan media sosial *instagram*, *youtube*, *whatsapp* dan *bandcamp* juga memberikan dampak yang berbeda kepada band Bortons, Seperti *youtube* dan *bandcamp* membantu dalam memperkenalkan grup band, karya musik, dan merchandise tetapi melalui media sosial yang berbeda seperti *instagram* dan *whatsapp* band Bortons banyak sekali mendapat tawaran event musik. Promosi ini berhasil mendapat sambutan yang positif dari publik yang dibuktikan dari banyaknya event yang sudah dihadiri oleh band Bortons dan pengikut media sosial mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Imawan, Y., & Dwi Pribadi, J. (n.d.). PEMBUATAN DESAIN FEED INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA FALAHFOOD.ID.
- Alfan Wahid, M., Drajat Prodi Hubungan Masyarakat, S., & Ilmu Komunikasi, F. (n.d.). Strategi Promosi Benua Music dalam Memasarkan Karya Musik Indie. <https://doi.org/10.29313/v0i0.30678>
- Andamisari, D. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. *Jurnal Lugas*, 66(1), 66–72. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Bingar Jati, G., & Rusdi, F. (2021). Strategi Pemasaran Musisi Indie dalam Industri Musik Indonesia (Analisis terhadap Adhithia Sofyan) (Vol. 5, Issue 2).
- Candra, M. F. (n.d.). EFEKTIVITAS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FISIP UNPAS. In *JULI* (Vol. 5, Issue 2).
- Dwi Lestari, N., Sitasi, C., & Ningrum Dwi Proses Produksi, L. (n.d.). Proses Produksi Dalam Industri Musik Independen Di Indonesia. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Febrianti, M. P., & Sudrajat, D. A. (2021). PERMANA: Jurnal Perpajakan, Manajemen, dan Akuntansi Pengaruh Design Produk dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Album Fisik Musik K-Pop di Indonesia (Vol. 13, Issue 2). <http://permana.upstegal.ac.id/index.php/permana>

- Gafurnama, A., Angga Wiksana Prodi Manajemen Komunikasi, W., & Ilmu Komunikasi, F. (n.d.). Prosiding Manajemen Komunikasi Strategi Promosi Label Distribusi Rekaman Fisik dalam Menghadapi Era Digital Music Streaming.
- Ghafara, G. F. (2016). PROMOSI LAGU-LAGU BAND INDIE INDONESIA MELALUI MEDIA RADIO STREAMING "RURU RADIO" (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Gumilar, G. (n.d.). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI OLEH PENGELOLA INDUSTRI KREATIF FASHION DI KOTA BANDUNG.
- Harahap, Z. H. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Musik dan Personal Branding Penyanyi Vionita Sihombing. *Jurnal Seni Musik*, 11(2), 81-94. <https://www.celebrities.id/read/vionita-sihombing>
- Hasibuan, H., Sari Djau, N., Muniir Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Seni, A., & Keguruan Dan, F. (n.d.). MELODIOUS: Karya Musik Absolut.
- Hesmondhalgh, D., Jones, E., & Rauh, A. (2019). SoundCloud and Bandcamp as Alternative Music Platforms. *Social Media and Society*, 5(4). <https://doi.org/10.1177/2056305119883429>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (n.d.). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara.
- Megadini, R., & Anggapuspa, M. L. (2021). PERANCANGAN FEED INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI TAPE KETAN SURABAYA. *Jurnal Barik*, 3(1), 69-81. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Muhammad, Y. R., & Rachman, A. (2020). MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI KARYA MUSIK DI ERA INDUSTRI 4.0 (STUDI KASUS PADA BAND SENDAU GURAU DI SEMARANG SOCIAL MEDIA AS A PROMOTION OF MUSIC WORKS IN THE INDUSTRIAL ERA 4.0 (CASE STUDY OF THE SENDAU GURAU BAND IN SEMARANG). 2. <https://doi.org/10.7592/musikolastika.v2i1.35>
- Nicolaus, T. (2019). The Platformization of the Music Industry-A Case Study of Bandcamp (Master's thesis).
- Nuraini, L., Putri, S., & Susilowati, I. H. (2017). PELAKSANAAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA TOKO ZIZARA DEPOK. XVII(2).
- Oktaviani, A. (n.d.). E-COMMERCE MERCHANDISE KPOP PADA TOKO HARUNA 88 JAKARTA MENGGUNAKAN UNIFIED MODELING LANGUAGE (UML).
- Prihatiningsih, W. (2017). MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN REMAJA. In *Jurnal Communication VIII, Nomor (Vol. 1)*. <http://techno.okezone.com/read/2016/0>
- Pristiati, T., & Rochbeind, F. (2022). Music and Motion in the Performance Art of Roso Rerasaning Jiwo. *KnE Social Sciences*, 271-278.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common |*, 3.
- Putra, R. M., & Irwansyah, I. (2019a). Musik Rilis Fisik Di Era Digital: Musik Indie Dan Konsumsi Rilis Musik Fisik. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 128. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.4062>
- Putra, R. M., & Irwansyah, I. (2019b). Musik Rilis Fisik Di Era Digital: Musik Indie Dan Konsumsi Rilis Musik Fisik. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 128. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.4062>
- Putri, S. D., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok (Vol. 5, Issue 2).
- Raharjo, E. (n.d.). MUSIK SEBAGAI MEDIA TERAPI.
- Resmadi, I., Pandita Bastari, R., Kunci, K., & Website, : (n.d.). Perancangan Media Informasi dan Promosi Label Rekaman Musik Independen Warkop Musik Dengan Pendekatan Design Thinking.
- Santosa, H. A. B. (2018). Strategi pemasaran musik indie di era digital (Studi Kasus: Multatuli) (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Setiadi AMIK BSI Karawang Jl Banten No, A. (n.d.). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI.
- Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, P., Marjukah, A., Prasetyo, J., & Setyabudi, A. (n.d.). The 2 nd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021) Universitas Widyagama Malang Peran Kolaborasi Bisnis Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Masa Pandemic Covid-19. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/WNCEB>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271-278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Wahyu Widyaningrum, P. (2016). Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang. 2(2), 230-257. <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>
- Yusuf, S., & Saufa, A. F. (2020). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA BANNER IKLAN INOVASI LAYANAN PERPUSTAKAAN KOTA YOGYAKARTA TERHADAP REPRESENTASI PEREMPUAN. *Jurnal Pustaka Budaya*, 7(2), 66-74.