

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Personal branding dari Gedexxpolll pada penelitian ini yang ditinjau dari tiga aspek meliputi kepribadian, perbedaan dan nama baik, dapat peneliti simpulkan dari aspek kepribadian adalah Gedexxpolll fokus bermusik dengan genre funky kota. Musik ini merupakan musik asli Indonesia yang cocok dimainkan untuk bergoyang, dansa, pesta. Gedexxpolll menjadi pionir bagi grup musik yang mengusung konsep funky kota khususnya di Surakarta. Gedexxpolll ingin mengajak kaum muda, milineal untuk menggemakan kembali musik asli Indonesia untuk tidak tergerus dengan musik luar negeri.

Perbedaan yang dimiliki oleh Gedexxpolll adalah pada aksi panggungnya terdapat *gimmick* dan suara audio berupa sirene yang menandakan acara akan segera dimulai. *Gimmick* untuk membangun interaksi Gedexxpolll dengan penonton. Gedexxpolll dalam aksi panggungnya menggunakan *mixtape* yang merupakan penggabungan beberapa lagu akan tetapi diubah untuk musik elektro yang digunakan. Pada musiknya juga terdapat instrument musik daerah seperti gamelan, dangdut. Gedexxpolll dalam setiap aksi panggungnya menyesuaikan dengan tema acara, sehingga kostum yang dipakai sesuai dengan tema acara dan unik seperti menggunakan kostum kaos bergambarkan aksi balapan liar, kostum bergambarkan obat-obatan terlarang, alkohol dimana ada pesan yang ingin disampaikan kepada penonton.

Aspek nama baik yang dimiliki oleh Gedexxpolll diketahui dari respon dari masyarakat. Gedexxpolll sudah diterima dengan baik oleh masyarakat dilihat dari antusiasme penonton yang menonton aksi panggung Gedexxpolll. Respon dari *followers* pada media Instagram @gedexxpoll dengan memberikan *like*, komentar pada unggahan konten di akun Instagram Gedexxpolll. Gedexxpolll

memberikan pengaruh yang baik untuk perkembangan industri permusikan dengan menjaga eksistensi musik funky kota di Surakarta.

B. Saran

Saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat untuk melakukan penelitian yang belum diteliti pada penelitian ini dengan mengambil topik seperti *personal branding* dari aspek lain yang belum diteliti, atau tentang komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Gedexxpolll

2. Saran Praktis

- a. Diharapkan bagi Gedexxpolll untuk meningkatkan pengelolaan terhadap akun Instagramnya sebagai media untuk menyampaikan *personal branding* yang dimiliki. Hal ini dikarenakan jumlah *followers* yang ada masih sedikit, dan unggahan konten masih minim
- b. Diharapkan bagi Gedexxpolll untuk mencari ide-ide kreatif sehingga mempunyai ciri khas yang benar-benar berbeda dengan grup lain seperti dengan membuat lagu hasil karya sendiri sehingga mudah diingat oleh penggemar

DAFTAR PUSTAKA

- Andoko, Dominicos. (2019). Analisis Strategi *Personal Branding* Seniman Musik Klasik Indonesia Studi Kasus Terhadap Pianis Ananda Sukarlan. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Pelita Harapan.
- AW, Titah. (2019). Prontaxan Mengoplos Indie dan Funkot di Lantai Dansa, Hasilnya 'Remuk Bro...!'. <https://www.vice.com/id/article/wjvvgw/prontaxan-mengoplos-indie-dan-koplo-di-lantai-dansa-hasilnya-remuk-bro-funkot> (diakses pada 27 September 2020).
- Dwinanda, Reiny. 2020. Karya Musisi Dalam Negeri Kuasai Top Chart Joox Indonesia. <https://republika.co.id/berita/senggang/musik/qijvf4414/karya-musisi-dalam-negeri-kuasai-top-chart-joox-indonesia> (diakses tanggal 13 November 2020).
- Fatmawati, E. (2013). *Metode dan teknik penelitian*. Diperoleh dari http://eprints.undip.ac.id/40650/3/BAB_III.pdf (diakses pada 26 Januari 2020).
- Hamad. Ibnu. (2010). *Komunikasi Sebagai Wacana*. Jakarta: La Tofi Enterprise.
- Haroen, Dewi. (2014). *Personal Branding*. Jakarta: Gramedia.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT. Gelora Akasara.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Duabelas Jilid Dua*. Jakarta: Erlangga.
- (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Tigabelas Jilid Satu*. Jakarta: Erlangga.
- Manzilati, Asfe. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Matenge, Tendency M. (2013). Botswana music: Is Personal Branding the Missing Factor for Growth?. *Global Advanced Research Journal of Arts and Humanities (GARJAH)*. July 2013 Vol. 2(3), pp. 048-053.
- McNally, D., & Speak, K. D. (2004). *Be Your Own Brand: Resep Jitu Meraih Personal Brand yang Unggul*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Miles, Huberman. (2017). *Quality Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Los Angeles: SAGE.

- Moleong, J Lexy. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung; Remaja Rosdakarya.
- Montoya, P., dan Vandehey, T. (2009). *The Brand Called You*. The McGraw-Hill Companies. USA. Diakses dari <https://books.mec.biz/download-book/2519>.
- Montoya, Peter. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. Nashville: Vaughan Printing.
- Naldo. (2012). Musik Indie Sebagai Bentuk Perlawanan Terhadap Industri Musik Mainstream Indonesia (Studi Kasus Resistensi Band Mocca Dalam Menyikapi Industri Musik Indonesia). *Tesis*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Parengkuan, Erwin dan Becky Tumewu. (2014). *Personal Brand-INC., Rahasia Untuk Sukses dan Bertahan di Karir*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. (2020). Aplikasi *Streaming* Musik Masih Populer, *Spotify* Masih Mendominasi. Kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2020/04/07/11050067/aplikasi-streaming-musik-makin-populer-spotify-masih-mendominasi?page=all#page2> (diakses tanggal 13 November 2020).
- Putri, Virginia Maulita. (2019). 10 Tips Optimalkan *Spotify* yang Belum Banyak Diketahui Orang. <https://inet.detik.com/tips-dan-trik/d-4602030/10-tips-optimalkan-spotify-yang-belum-banyak-diketahui-orang>.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rampersad, Hubert K. (2009). *Authentic Personal Branding*. North Carolina: Age Publishing.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sloboda, J. A. and Juslin, P. (Eds.) (2001). *Music and Emotion: Theory and Research*. Oxford: Oxford University Press.
- Sloboda, J. A., & O'Neill, S. A. (2001) *Emotions in everyday listening to music*. In Juslin, P. N, & Sloboda, J. A. (Eds.) *Music and Emotion: Theory and Research*. Oxford University Press.
- Suwarto, Subyantoro. (2007). *Metode & Teknik Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. <https://www.youtube.com/intl/id/about/policies/#community-guidelines>, (diakses tanggal 28 Desember 2019).

Tobing, L. V., & Sulityani, H. D. (2018). Strategi Personal Branding Young Lex melalui Pembentukan Imej Negatif dan Pengelolaan Haters. *Interaksi Online*, 6(4), 611-619.

Wardani, Agustin Setyo. 2020. Aplikasi Streaming Musik Joox Rayakan 5 Tahun di Indonesia. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4387889/aplikasi-streaming-musik-joox-rayakan-5-tahun-di-indonesia> (diakses tanggal 13 November 2020).

Zamzam, dan Firdaus. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Budi Utama.

Sumber Internet

<https://kompas.id/baca/foto/2019/10/05/synchronize-fest-2019-hari-i/>

<https://synchronizefestival.com/prod/Home>



Lampiran 1. Transkrip Wawancara

Narasumber : Caroluce Novanda (26 tahun)

Tanggal wawancara : 12 Januari 2021

1. Bagaimana latar belakang terbentuknya Gedexxpolll dan awal terbentuk gedexxpolll ?

Gedexxpolll adalah kolektif musik yang bergenre funky kota. Jadi gedekpoll ini berdiri terinspirasi dari grup kolektif musik juga yang berasal dari jogja yaitu prontaxan. Awalnya saat mendengarkan musiknya masih bingung apa menariknya. Cuman lama kelamaan semakin sering didengerkan malah semakin tertarik. Lalu cobalah mencari mencari tentang musik funky kota, *googling googling* sampai akhirnya memahami. Sampai akhirnya pada saat menjelang tahun baru, saya iseng tanya harga kalau mau ngundang prontaxan itu berapa. Ternyata harganya 15juta belum akomodasi dan lain-lainnya. Di dalam hati langsung berteriak ”mahal banget mau seneng-seneng aja!”. Melihat seperti itu saya membuat grup kolektif musik sendiri yang bergenre funky kota. Saya mengajak salah satu teman saya yang bernama Muhammad Syarif yang biasa dipanggil Libun. Karena dia bisa memainkan musik dj dan bisa mengoperasikannya. Setelah dia menyetujui dan mau, kami membuat akun instagram dan mencoba membuat nama yang memiliki esensi funky kota banget. Yang akhirnya kami beri nama gedexxpolll. Yang artinya adalah gelang-gelang terus sampe poll. Dan dibentuk pada akhir Desember 2019.

2. Siapa saja nama-nama personel dari Gedexxpolll?

Caroluce Novanda (Personil Gedexxpolll) sebagai MC, crowd control, sekaligus manager

Muhammad Syarif Idana / Libun (Personil Gedexxpolll) sebagai Disc Jockey

Farhan “Ceking” sebagai creative visual

3. Bagaimana pengelolaan Gedexpoll (tempat latihan, bascam, pengelolaan alat musik, costum, dan transportasi) ?

Kalo tempat latihan atau tempat basecamp biasa di kontrakan teman yang ada di daerah jebres di dekat ISI Surakarta

Kalau kostum biasanya menyesuaikan. Misalya waktu show pertama kami bersamaan dengan hari raya Imlek. Jadi kami memakai atribut kostum-kostum imlek seperti topi imlek, atau identik dengan warna warna merah. Lalu di pementasaan yang lain kami biasanya menggunakan kostum yang bernuansa racing seperti kaos yang bergambar motor-motor atau kaos yang ada gambar-gambar yang "pil koplo"nya.

4. Kegiatan apa saja yang dilakukan saat Pementasan ?

Pertama saya mengkoordinasi visual kreator mas Farhan untuk membuat visualnya. Setelah itu mengkoordinasi disk jockey yaitu Libun. Setelah itu bertemu untuk membuat setlist lagu yang hendak dimainkan. Biasanya durasi yang diberikan 1-1,5 jam. Selain membuat setlist apa saja lagunya, kami juga membuat strategi alur lagu yang dibuat supaya dalam waktu durasi tersebut mood yang dibangun akan lebih menarik dan lebih rapi.

5. Bagaimana aksi panggung yang menjadi perbedaan dengan yang lainnya?

Waktu di panggung pasti diawali dengan suara sirine. Karena untuk menarik perhatian. Setelah itu mc memancing dengan sedikit obrolan. Biasanya mc melontarkan yel-yel atau pantun-pantun yang unik. Seperti "kita goyang lagi broo" atau "mlintir lagi broo". Nah disini yang membuat perbedaan grup musik kolektif funky kota dengan grup musik elektro yang lainnya. Karena ada gimmick-gimmick yang dibangun untuk menarik perhatian dari para pendengar dan penonton. Kalau grup musik elektro yang lain atau DJ yang lain yg selain funky kota tidak menggunakan gimmick yang demikian.

6. Apakah kalian sudah ada hasil karya lagu original ?

Untuk lagu sendiri kami belum punya. Tetapi masih dalam proses produksi. Namun kami sudah ada mixtape. Jadi mixtape itu menggabungkan beberapa lagu yang sudah ada sebelumnya tetapi ada rubahan-rubahan sedikit dari musik elektronya

7. Penghargaan apa yang pernah diraih oleh Gedexxpolll?

Kalau penghargaan seperti perlombaan atau kompetisi dan sebagai macamnya itu memang belum ada , secara kita juga masih blm lama terbentuk. Cuman penghargaan telah kami dapatkan adalah secara tersirat seperti pengakuan sosial. Terumata di lingkungan circle area Solo, orang-orang yang berada di ranah musik di solo sudah mengakui bahwa gedexxpolll adalah pelopor musik funky kota di Solo. Jadi para teman teman apabila mendengar kata gedexxpolll pasti langsung termindset funky kota. Dan nama gedexxpoll sendiri bagi orang-orang yang mengetahuinya pasti langsung tercetus musik funky kota.

8. Dilihat dari media sosial kalian, kenapa konten yang ditampilkan adalah video-video yang unik lalu diiringi dengan musik-musik funky kota ?

Sebelumnya kita harus menyadari dulu bahwa kita memiliki musik elektronik yang asli dan lahir di indonesia yaitu funky kota. Lalu kenapa digabungkan dengan video-video seperti itu, karena itu mencerminkan orang-orang indonesia yang sebagian unik-unik dan banyak tingkah. Tidak hanya sekedar karena videonya lucu, tetapi ada pesan yang kita sampaikan. Nah tingkah-tingkah yang unik tersebut kita iringi dengan musik yang mampu merepresentasikan orang-orang yang ada di video tersebut seperti sedang mengonsumsi obat-obatan terlarang, alkohol yang berlebihan, balap liar.

9. Apa perbedaan dj funky kota gedexppolll dengan yang lain ?
- Secara umum dan secara teknis sebenarnya sama dengan dj funky kota yang lainnya. Memainkan musik lalu orang-orang pada goyang. Cuma disini yang lebih kami ingin angkat adalah eksistensi dari musik funky kota itu sendiri. Melihat sejarahnya yang dulu sewaktu era presiden Soeharto, musik funky kota ini sangat menarik perhatian banyak orang dari berbagai kaum. Tetapi setelah masuknya musik-musik elektro dari barat yang menguasai industri musik elektro di tanah air, musik funky kota semakin lama semakin diabaikan. Nah keresahan kami disini adalah ingin mengajak kaum-kaum muda dan para milenial ini untuk kembali mendengarkan musik funky kota yang merupakan asli indonesia. Dan mencoba menghidupkan kembali masa kejayaan musik funky kota dan euphoriannya di tahun-tahun sekarang ini terutama di solo.
10. Bagaimana respon masyarakat di solo terutama penonton yang telah mendengarkan dan menonton gedexppolll ?
- Jadi sebelum waktu pementasan sekitar h-3 kami membuat semacam issue atau campaign di media sosial. Supaya para followers media sosial penasaran, lalu menampilkan konten-konten musik funky kota. Nah dari situ kami mencoba memancing kira-kira banyak atau tidak orang-orang yang tertarik dengan musik yang demikian. Ternyata waktu hari dimana digelarnya pementasan, banyak orang-orang yang datang dan penasaran juga untuk menonton langsung musik funky kota itu seperti apa. Dan respon yang diberikan itu sangat baik. Jumlah penonton juga banyak dan semuanya sangat menikmati.

Narasumber : Muhammad Syarif Idana / Libun (26 Tahun)

Tanggal wawancara : 12 Januari 2021

3. Bagaimana Gedexxpolll membangun citranya kepada masyarakat?

Citra yang dibangun gedexxpolll ini lebih kepada image musik yang asyik dan tujuan utamanya adalah bersenang-senang dalam kondisi situasi perasaan apapun. Karena musik yang disajikan sangat mendukung dan cocok untuk orang-orang bergoyang di lantai dansa.

4. Mengapa memilih citra itu ?

Karena para anak muda zaman sekarang ini suka berpesta dengan gaya yang sangat beragam. Nah dengan gaya yang demikian, gedexxpolll mencoba memberikan salah satu pilihan bagi anak-anak muda untuk melampiaskan apapun perasaan yang sedang mereka rasakan dengan cara bersenang-senang dengan iringan musik yang asyik.

5. Apakah citra yang dibangun merupakan *personal branding* dari Gedexxpolll?

Ya, betul. Citra kami sebagai grup musik yang asyik dengan tujuan bersenang-senang adalah *personal branding* gedexxpolll.

6. Apakah perbedaan yang menonjol dari Gedexxpolll terhadap musisi yang lain?

Waktu di panggung pasti diawali dengan suara sirine. Karena untuk menarik perhatian. Setelah itu mc memancing dengan sedikit obrolan. Biasanya mc melontarkan yel-yel atau pantun-pantun yang unik. Seperti "kita goyang lagi broo" atau "mlintir lagi broo". Nah inilah yang membuat perbedaan grup musik kolektif funky kota dengan grup musik elektro yang lainnya. Karena ada gimmick-gimmick yang dibangun untuk menarik perhatian dari para pendengar dan penonton. Kalau grup musik elektro yang lain atau DJ yang lain yg selain funky kota tidak menggunakan gimmick yang demikian.

7. Apakah musik *funkot* yang dibawakan memiliki perbedaan dari musik yang lain ?

Ya tentu saja. Dari temponya sendiri cenderung lebih tinggi dan irama yang lebih cepat. Serta berisikan instrumen-instrumen daerah seperti gamelan dan ada sentuhan irama dangdut. Selain itu ada efek-efek suara seperti “Ey!”, “A’ A’ Ah!!”, “Aw!!”, dan sebagainya. Bassline yang dibuat juga memiliki ritme pengulangan secara terus menerus dan cenderung sama dan menonjol.

8. Terinspirasi darimana Gedexppolll membawakan musik *funkot* ?

Gedexppolll ini berdiri terinspirasi dari grup kolektif musik juga yang berasal dari jogja yaitu prontaxan. Awalya saat mendengarkan musiknya masih bingung apa menariknya. Cuman lama kelamaan semakin sering didengerkan malah semakin menarik. Lalu cobalah mencari mencari tentang musik funky kota, *googling googling* sampai akhirnya memahami.

9. Apakah Gedexppolll telah memberikan pengaruh bagi masyarakat yang telah menikmati penampilan dari Gedexppolll ?

Sepengalaman kami sudah. Melihat dari penikmat yang telah menonton ataupun mendengar Gedexppolll, masyarakat sudah mulai menikmati musik yang disajikan oleh Gedexppolll. Terlihat dari semakin banyaknya penonton yang hadir di setiap Gedexppolll tampil. Selain itu juga musik funky kota juga semakin dikenal oleh masyarakat terutama para anak muda di Surakarta.

10. Bagaimana respon dari masyarakat dengan adanya Gedexppolll ?

Respon dari gedexppolll diterima dengan baik oleh masyarakat terutama di Surakarta. Karena kami merupakan grup musik funky kota yang pertama dan satu-satunya di Surakarta. Jadi dengan adanya gedexppolll, mampu membangun awareness masyarakat bahwa musik funky kota ini masih ada dan akan eksis di masa kini.

