

LEAP PROGRAM COMMUNITY ENGAGEMENT PEMBERDAYAAN MUSISI LOKAL INDEPENDEN SURABAYA UNTUK PEMBUATAN MEDIA PROMOSI DAN PENGARSIPAN MUSIK LOKAL INDEPENDEN MELALUI PLAYLIST SPOTIFY BERTEMA

Dyataftiani Mevia Vutri Pratama¹, Heru Dwi Waluyanto²

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra, Jalan Siwalankerto No.121-131, Surabaya
Email: meviliavp@gmail.com

Abstrak

Beberapa masalah yang dihadapi oleh sebagian besar musisi-musisi lokal di Surabaya adalah strategi promosi, kendala produksi, dan apresiasi masyarakat. Padahal kualitas musik lokal independen Surabaya tidak kalah dengan musik-musik lain. Sehingga dari potensi-potensi yang sudah ada ini perlu dikemas dalam sebuah bentuk kemasan yang lebih segar supaya musik-musik lokal independen Surabaya bisa dinikmati oleh lebih banyak orang, dan musisi lokal independen Surabaya bisa terus aktif berkarya. Metode yang dilakukan adalah wawancara terhadap beberapa musisi lokal independen Surabaya untuk mengetahui permasalahan yang sedang dihadapi, dan juga membagikan kuesioner untuk menganalisa kebiasaan audiens dalam mendengarkan musik untuk mencari metode promosi yang dapat diterima audiens. WYD.SUB (*What're You Doing in Surabaya*) dibuat untuk mempromosikan dan mengarsipkan musik lokal independen di Surabaya melalui playlist bertemakan keseharian masyarakat Surabaya di aplikasi *streaming* musik Spotify. Melalui playlist WYD.SUB, masyarakat dapat mendengarkan berbagai lagu lokal lintas genre dari Surabaya dan musisi memiliki media promosi baru yang lebih inovatif.

Kata kunci: musik, Surabaya, lokal, promosi, playlist.

Abstract

Title: *LEAP Community Engagement Program to Empowering Independent Local Musicians in Surabaya by Creating Media for Promotion and Archiving Independent Local Music through Thematic Playlists*

Some of the problems faced by most local musicians in Surabaya are promotion strategies, production constraints, and community appreciation. In reality, the quality of Surabaya's independent local music is not inferior to other music. This existing potential needs to be framed in a fresher form so that more local independent Surabaya music can be enjoyed by more people, and Surabaya independent local musicians can continue to actively work. The methods used are interviews with several independent local musicians in Surabaya to discover their problems and distribution of questionnaires to analyse the audience's habits in listening to music to find promotional methods acceptable to the audience. WYD.SUB (What're You Doing in Surabaya) was created to promote and archive independent local music in Surabaya through playlists with the daily theme of Surabaya people on the Spotify music streaming application. Through the WYD.SUB playlist, people can listen to various local songs across genres from Surabaya and musicians have new, more innovative promotional media.

Keyword: *music, Surabaya, local, promotion, playlist.*

Pendahuluan

Musik merupakan salah satu bidang kesenian yang saat ini mengalami banyak perkembangan. Mulai dari pemroduksinya, teknologi yang digunakan, perkembangan alirannya, bertumbuhnya komunitas di

dalamnya, dan masih banyak lagi. Banyak musisi yang bermunculan untuk menyampaikan ide-ide mereka melalui musik, atau sekedar menyalurkan hobi mereka dalam bermusik. Untuk mendapatkan kesempatan pemasaran yang lebih besar, terkadang musisi harus

bekerja sama dengan label rekaman besar atau *Major Label* untuk mendapatkan *channel* dan bantuan untuk menjalankan musiknya. *Major Label* biasanya akan memfasilitasi musisi mulai dari tahap produksi musik, promosi, hingga ke penjualan, dan mempertemukan musik tersebut dengan pasar yang lebih besar dan *mainstream*. Untuk memenuhi kebutuhan pasar *mainstream* tersebut, musik yang dihasilkan akhirnya harus sesuai selera *mainstream* guna mendapat atensi yang lebih.

Seiring berjalannya waktu, muncul aliran yang mengisi celah dari musik *mainstream* tersebut, yang kemudian kita kenal dengan musik indie. Produksi hingga promosi dilakukan secara individu maupun kolektif dengan memanfaatkan lingkaran pertemanan dan dukungan dari fans. Musik indie bisa besar salah satunya karena dukungan komunitas fans mereka yang dengan sukarela membeli album, *merchandise*, dan tiket konser mereka. Berada di panggung untuk menampilkan karya mereka menjadi cara paling jitu untuk menjaring penggemar baru. Namun sayangnya, pandemi membuat segala panggung *offline* ditiadakan dan kesempatan untuk memperkenalkan karya turut berkurang karena hanya mengandalkan media sosial dan *event* online yang dampaknya tidak seluas *event* *offline*. Sehingga kebanyakan pendengar mereka adalah lingkaran pertemanannya sendiri atau lingkaran di sekitar teman-temannya. Masalah yang sama juga dihadapi oleh musisi-musisi lokal di Kota Surabaya yang jumlahnya tidak sedikit. Kegiatan *offline* yang dahulu sering dijumpai tiap akhir pekan, kini tidak bisa lagi kita jumpai. Selain itu, masyarakat juga tidak memiliki suatu *platform* khusus atau media untuk mendengar musik karya musisi lokal Surabaya yang beragam.

Dengan berkembangnya teknologi, kini masyarakat dapat dengan mudah melakukan *streaming* atau mendengarkan secara digital lagu-lagu musisi kesukaan mereka melalui aplikasi *streaming*, salah satunya yaitu Spotify. Spotify merupakan sebuah layanan *streaming* musik digital, podcast, dan video yang dapat memberi akses pendengarnya ke jutaan lagu dan konten lain dari artis di seluruh dunia. Spotify menjadi *platform streaming* yang digandrungi masyarakat Indonesia terutama generasi milenial. Pada kuartal ketiga tahun 2020, Spotify mencatat kenaikan pengguna aktifnya menjadi 320 juta pengguna atau hampir mencapai 29%, yang menjadikannya lebih unggul di atas Apple Music. Berdasarkan infografis yang dirilis oleh AdWeek, sebesar 72% pendengar Spotify merupakan generasi milenial (Cummins, 2016). Survei yang dilakukan oleh Jakpat tahun 2016 menunjukkan beberapa alasan mengapa generasi milenial memilih untuk menggunakan Spotify, yaitu: kemudahan dalam mengakses musik (77%); fasilitas-fasilitas yang ditawarkan (58%); dan hanya untuk kesenangan (36%) (Fandia, 2016).

Salah satu fitur yang bisa dijumpai di dalam Spotify adalah playlist. Playlist sederhananya adalah koleksi lagu yang bisa dibuat sendiri oleh pengguna, dibagikan, dan pengguna juga dapat menikmati jutaan playlist lain yang dibuat oleh Spotify, artis, dan pendengar lainnya di seluruh dunia (Spotify, 2021). Spotify sendiri telah menyediakan beragam Playlist yang dibuat berdasarkan genre, negara, kegiatan, dan lain sebagainya. Spotify bahkan juga menyediakan Playlist yang dibuat secara personal bagi masing-masing penggunanya berdasarkan algoritma lagu-lagu yang telah didengar oleh pengguna yang akan diperbarui setiap minggu. Playlist menjadi sebuah fitur yang bersifat personal karena pengguna dapat menyusun lagu-lagu di dalam Playlist tersebut berdasarkan selera atau kebutuhannya sendiri. Sehingga Playlist satu pengguna dengan yang lain tentu yang memberikan daya tarik tersendiri.

Pengarsipan berasal dari kata arsip yang berarti dokumen tertulis (surat, akta, dan sebagainya), lisan (pidato, ceramah, dan sebagainya), atau bergambar (foto, film, dan sebagainya) dari waktu yang lampau, disimpan dalam media tulis (kertas), elektronik (pita kaset, pita video, disket komputer, dan sebagainya), biasanya dikeluarkan oleh instansi resmi, disimpan dan dipelihara di tempat khusus untuk referensi (KBBI, n.d.). Pengarsipan berarti sebuah proses pengawasan, penyimpanan, dan pengelolaan dokumen yang terintegrasi baik dalam bentuk kertas maupun dalam media elektronik (Sukoco, 2007). Apabila dikaitkan dengan musik, maka pengarsipan musik merupakan upaya untuk menyimpan karya-karya musik secara teratur untuk dapat dilestarikan hingga kemudian hari.

Salah satu upaya pengarsipan musik di Indonesia dilakukan oleh Irama Nusantara. Dalam deskripsinya pada situs web iramanusantara.org, Irama Nusantara memulai upaya pendataan dan pengarsipan musik populer Indonesia karena dilandasi kesadaran betapa pentingnya bagi masyarakat untuk mengenal dan memahami musik modern Indonesia sebagai bagian dari identitas bangsa. Hingga saat ini, Irama Nusantara telah mendigitalisasi lebih dari 40.000 lagu dan 4000 rilisan musik populer Indonesia era 1920-an hingga era 1980-an. Pengarsipan yang dilakukan Irama Nusantara berfungsi untuk mengetahui perjalanan industri musik di Indonesia yang memiliki muatan sejarah dan budaya yang bernilai tinggi di masa itu. Imam Haryanto dari Lembaga Manajemen Kolektif Nasional dalam medcom.id menyatakan bahwa katalog arsip musik yang lengkap akan mempermudah dan memperjelas urusan hak cipta dan royalti musisi (Alpito, 2016). Pengarsipan musik yang baik tentu akan sangat berguna bagi perkembangan industri musik di Indonesia pada masa yang akan datang karena jejak perjalanan industri musik dapat terekam dengan jelas.

Metode Penerapan

Metode Pengumpulan Data

Data primer didapatkan dari wawancara dengan beberapa musisi lokal independen di Surabaya dan beberapa penikmat musik kasual. Selain itu dibagikan juga kuesioner terhadap target audience dari program ini untuk mengetahui dan menganalisa kebiasaan mereka dalam mendengarkan musik, sehingga dapat membantu dalam pembuatan ide promosi. Data sekunder didapatkan melalui studi pustaka, dokumentasi video maupun foto, dan referensi dari internet.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan adalah metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif adalah metode yang menganalisis dan meringkas berbagai kondisi atau situasi yang telah dikumpulkan seperti wawancara dan pengamatan mengenai masalah yang diteliti di lapangan. Data verbal dan visual yang telah terkumpul kemudian diolah dan dianalisis untuk dikembangkan menjadi sebuah karya perancangan.

Hasil Riset

Kesimpulan masalah musisi lokal independen Surabaya

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, ditemukan beberapa masalah yang dihadapi oleh sebagian besar musisi lokal di Surabaya, yaitu: strategi promosi, kendala produksi, dan apresiasi masyarakat. Kendala produksi terjadi karena mereka belum memiliki perlengkapan yang memadai untuk keperluan produksi mereka. Selain itu karena bergerak secara mandiri dan bersifat DIY atau *Do It Yourself*, mereka memiliki keterbatasan untuk mendistribusikan karya-karya mereka terutama dalam menjangkau pasar pendengar yang baru. Ditambah lagi dengan tingkat apresiasi sebagian masyarakat yang masih menganggap musik lokal tidak semenarik musik-musik *mainstream* yang sudah banyak dikonsumsi masyarakat. Musik lokal independen Surabaya masih dinikmati oleh sebagian kecil kalangan masyarakat, padahal kualitas musik lokal independen Surabaya tidak kalah dengan musik-musik lain. Sehingga dari potensi-potensi yang sudah ada ini perlu dikemas dalam sebuah bentuk kemasan yang lebih segar supaya musik-musik lokal independen Surabaya bisa dinikmati oleh lebih banyak orang, dan musisi lokal independen Surabaya bisa terus aktif berkarya.

Target audiens

Demografis

- Jenis kelamin : pria & wanita
- Usia : 17-28 tahun
- SES : ABC
- Pekerjaan : pelajar, mahasiswa, karyawan

Geografis

- Kota/daerah : Surabaya, Sidoarjo, Malang, Jakarta, Bandung, Jogjakarta
- Tempat tinggal: urban, sub-urban
- Tempat sosialisasi: *café, mall, outdoor*

Psikografis

- *Up to date*
- Daya konsumsi menengah ke tinggi
- Gemar mengikuti tren dan cenderung menjadi *trend setter*

Behavioristis

- Sering mendengarkan musik dalam kesehariannya (3-5 jam perhari)
 - Melakukan kegiatan sehari-hari sambil mendengarkan musik
 - Mengikuti akun-akun media sosial idolanya
 - Memiliki potensi untuk mempengaruhi pengikutnya di media sosial
 - Loyal dan royal terhadap apa yang mereka gemari
- #### Teknografi
- Mengetahui dan memiliki media sosial yang sedang banyak digunakan seperti Instagram, Twitter, Youtube, dan Tiktok.

Pembahasan

Konsep kreatif

Untuk menjawab permasalahan di atas, dibuatlah WYD.SUB (*What're You Doing in Surabaya?*), yaitu media untuk promosi dan pengarsipan musik lokal independen Surabaya melalui playlist-playlist bertema di aplikasi Spotify dan website. WYD sendiri merupakan istilah dalam percakapan generasi milenial untuk menanyakan "sedang apa" atau "*what are you doing*" dalam bahasa Inggris. Pemilihan nama WYD.SUB juga disesuaikan dengan konsep playlist yang akan dibuat, dimana judul playlist dikemas menggunakan *insight* kegiatan sehari-hari masyarakat Surabaya, seperti contohnya "Playlist *Night Ride* di Jalan Tunjungan", "Playlist *Kejebak Macet Jam 12 Siang*", dan lain-lain. Sehingga WYD.SUB akan menyediakan lagu-lagu karya musisi lokal independen Surabaya untuk kegiatan sehari-hari masyarakat Surabaya dan sekitarnya dalam bentuk playlist.

Tujuan kreatif

Playlist dalam kegiatan ini berfungsi sebagai salah satu "media pengarsip" musik lokal independen Surabaya yang dapat didengarkan dimanapun dan kapanpun. Playlist tersebut dikemas dengan konsep playlist bertema supaya memiliki ciri khas yang unik dan dapat menjadi diferensiasi di antara banyaknya media musik di Surabaya. Melalui WYD.SUB, musisi lokal independen Surabaya juga bisa melakukan promosi dengan lebih terintegrasi dengan identitas yang jelas juga, dan karya mereka tersampaikan pula secara digital. WYD.SUB memberi wadah bagi musisi lokal independen Surabaya agar karya-karya mereka dapat didengarkan oleh lebih banyak orang. Pemilihan nama

playlist dibuat sedekat mungkin dengan kenyataan *insight* masyarakat Surabaya, karena playlist bertema akan menjadi daya tarik nomor satu bagi masyarakat yang sebelumnya belum mengetahui musik lokal independen Surabaya.

Program kreatif

Playlist di Spotify menjadi *output* utama WYD.SUB. Namun terdapat juga media pendukung lainnya, yaitu Website dan Instagram. Semua media ini terintegrasi dan memiliki peranannya masing-masing. Playlist bertema di Spotify untuk pengarsipan musik dan dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Beberapa judul playlist yang akan diterbitkan, yaitu:

- Playlist *Night Ride Keliling Tunjungan*
- Playlist *Kejebak Macet Jam 12 Siang*
- Playlist *Diuber Deadline*
- Playlist UGD (Unit Galau Darurat)
-

Judul-judul playlist merupakan gabungan dari data mengenai *insight* keseharian masyarakat Surabaya dengan kebiasaan audiens dalam mendengarkan musik. Terdapat pula website yang berfungsi sebagai media pengarsipan jangka panjang yang meliputi segala hal terkait data diri musisi hingga karya mereka, yang terintegrasi dengan akun spotify WYD.SUB dan musisi tersebut. Selain itu digunakan pula Instagram untuk media promosi dan komunikasi WYD.SUB dengan audiens.

Sistematika program

Untuk memperoleh data mengenai karya-karya musisi lokal independen Surabaya, dibagikanlah sebuah proposal dan formulir submisi kepada musisi-musisi lokal independen di Surabaya. Melalui proposal, musisi-musisi dapat mengetahui tujuan WYD.SUB dan apabila berkenan untuk bekerja sama dapat langsung mengisi formulir untuk mendaftarkan karyanya. Formulir submisi digunakan untuk mengumpulkan informasi seputar biodata musisi seperti nama, genre, tahun aktif, dan info kontak. Selain itu di dalam formulir, terdapat fitur dimana musisi dapat memasukkan tautan karya-karya mereka dari Spotify yang akan digunakan untuk laman diskografi di website pengarsipan. Dari data yang didapat melalui formulir submisi di atas, karya-karya musisi dikurasi ke dalam playlist-playlist tematik yang sudah dibuat.

Setelah materi WYD.SUB seperti playlist dan website sudah selesai, dilakukanlah promosi dengan menempelkan poster promosi di tempat sosialisasi target audiens seperti tempat makan dan *café* di Surabaya. Dari poster promosi ini, target audiens dapat mengakses WYD.SUB melalui ponsel mereka.

Desain aset visual

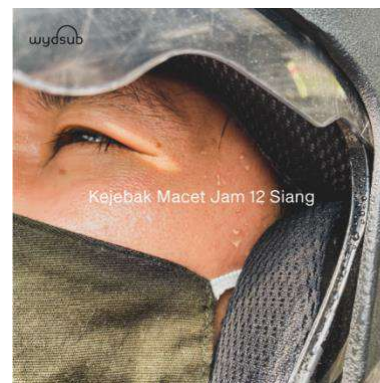
Untuk mendukung media WYD.SUB, dibuatlah beberapa aset visual seperti logo, sampul playlist, desain website, dan desain promosi.



Gambar 1. Logo WYD.SUB



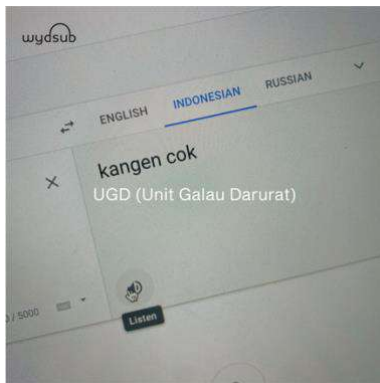
Gambar 2. Sampul playlist “*Night Ride Keliling Tunjungan*”



Gambar 3. Sampul playlist “*Kejebak Macet Jam 12 Siang*”



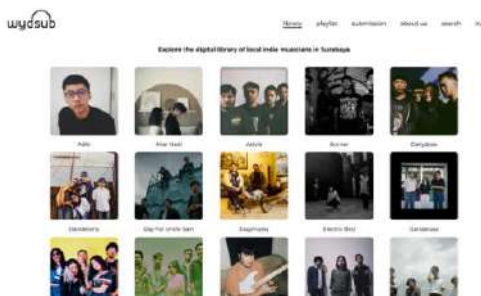
Gambar 4. Sampul playlist “*Diuber Deadline*”



Gambar 5. Sampul playlist “UGD (Unit Galau Darurat)”



Gambar 6. Halaman utama website WYD.SUB



Gambar 7. Halaman *library* di website WYD.SUB



Gambar 8. Halaman biodata musisi di website WYD.SUB



Gambar 9. Desain poster promosi WYD.SUB

Kurasi playlist tematik WYD.SUB

Dari proposal dan formulir yang dibagikan, WYD.SUB berhasil menjalin hubungan dengan 27 musisi lokal independen Surabaya. Karya-karya 27 musisi yang tersebar lintas genre ini kemudian dikurasi ke dalam playlist-playlist yang berdasarkan warna musik mereka.

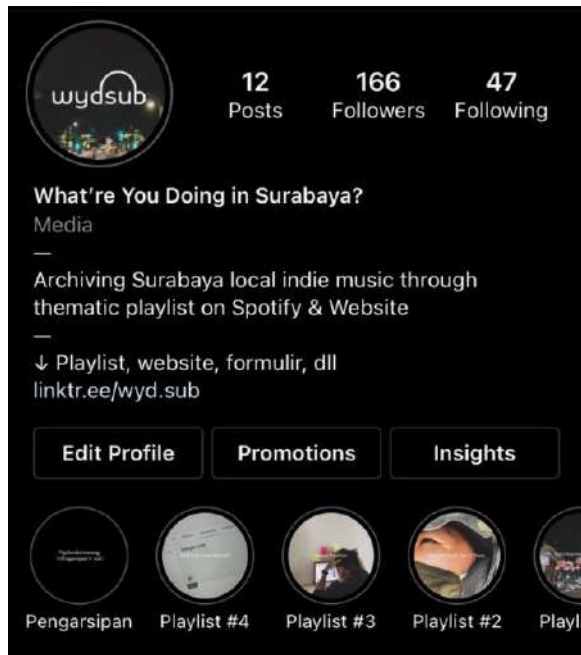


Gambar 10. Playlist *Diuber Deadline* WYD.SUB di Aplikasi Spotify

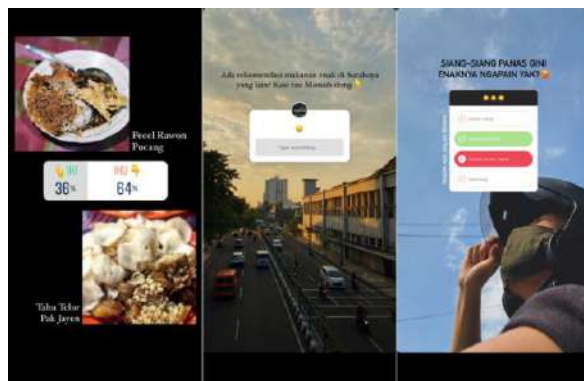
Aktivasi media sosial WYD.SUB

Media sosial yang digunakan adalah Instagram karena merupakan media sosial utama yang digunakan target audiens. Karena bertujuan untuk menambah *awareness* mengenai musik lokal independen Surabaya, maka WYD.SUB memanfaatkan fitur *Instagram Ads* atau iklan berbayar yang dapat membantu mendorong penayangan konten-konten Instagram WYD.SUB. Konten-konten media sosial menggunakan data yang diperoleh dari riset-riset sebelumnya, serta riset

sederhana melalui aktivasi di Instagram *Story* seperti *polling*, kotak pertanyaan, dan lain-lain.



Gambar 11. Instagram WYD.SUB



Gambar 12. Aktivasi *polling*, tanya jawab, dan pilihan ganda di Instagram

Aktivasi Promosi *Offline*

Untuk menunjang promosi, dibuatlah aktivasi *offline* yang dipasang di tempat-tempat sesuai analisa kebiasaan target audiens seperti kafe atau kedai kopi lokal di Surabaya. Aktivasi promosi ini menggunakan QR-Code yang mewakili masing-masing playlist melalui perasaan yang dapat dipindai atau discan menggunakan ponsel. Hasil pindaian QR-Code akan mengarahkan pengguna ke *landing page* yang memberi sekilas informasi mengenai WYD.SUB. Lalu setelah itu audiens diarahkan untuk mendengarkan playlist yang mereka pindai di Spotify melalui tombol Spotify. Audiens juga dapat mengunjungi akun Instagram WYD.SUB melalui *landing page* ini. Semua hasil pindaian terekam secara digital dan dapat diketahui jumlah hasil pindaianya.



Gambar 13. *Landing page* yang muncul setelah memindai QR-Code

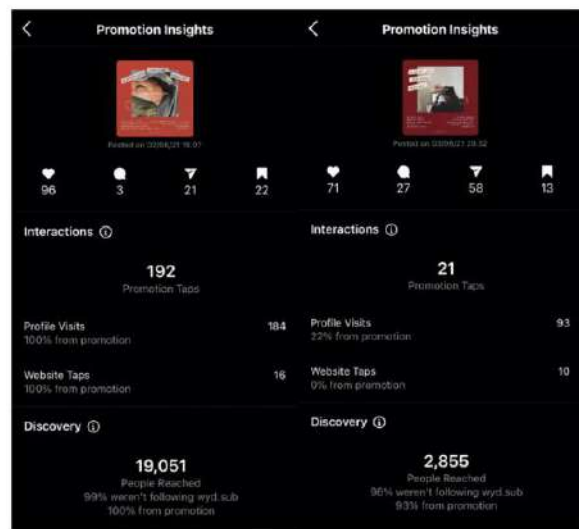
Lokasi-lokasi penempatan media promosi dipilih karena di antara lokasi-lokasi lain, lokasi ini telah memiliki riwayat dalam mendukung musik lokal Surabaya, seperti pernah menjadi lokasi konser kecil, pernah mengundang musisi-musisi lokal independen Surabaya, atau pemiliknya merupakan salah satu bagian dari komunitas musisi lokal independen Surabaya. Sehingga sebagian pengunjung yang datang bisa dikatakan memiliki ketertarikan akan musik. Media promosi juga ditempatkan di lokasi-lokasi strategis yang diakses banyak orang seperti kasir, tempat mengambil pesanan, dan meja pelanggan.



Gambar 14. Penempatan media promosi WYD.SUB di area kasir di RVANG Ketintang



Gambar 15. Penempatan media promosi WYD.SUB di meja pelanggan di Vivre Surabaya



Gambar 17. Insight unggahan WYD.SUB di Instagram



Gambar 16. Penempatan media promosi WYD.SUB di area kasir di Tellu Kopi

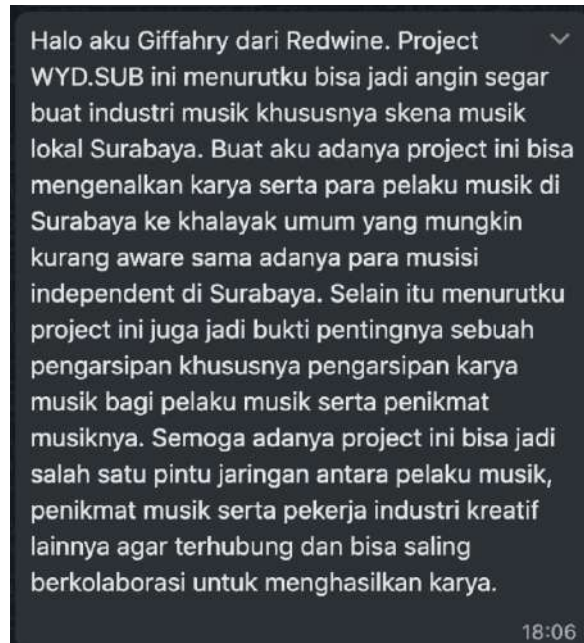


Gambar 18. Jumlah penonton Instagram Story WYD.SUB

Hasil Kegiatan

Dari promosi melalui media-media di atas, didapatkanlah beberapa hasil atau respon terhadap media-media yang telah disebar. Instagram WYD.SUB sendiri memiliki tingkat kenaikan yang stabil. Dalam kurun waktu kurang dari satu bulan, Instagram WYD.SUB sudah mendapatkan 160 pengikut dan rata-rata mendapatkan 50 like di tiap konten yang diunggah. Dari 160 pengikut, WYD.SUB secara stabil mendapatkan 50-80 penonton setiap kali mengunggah Instagram Story.

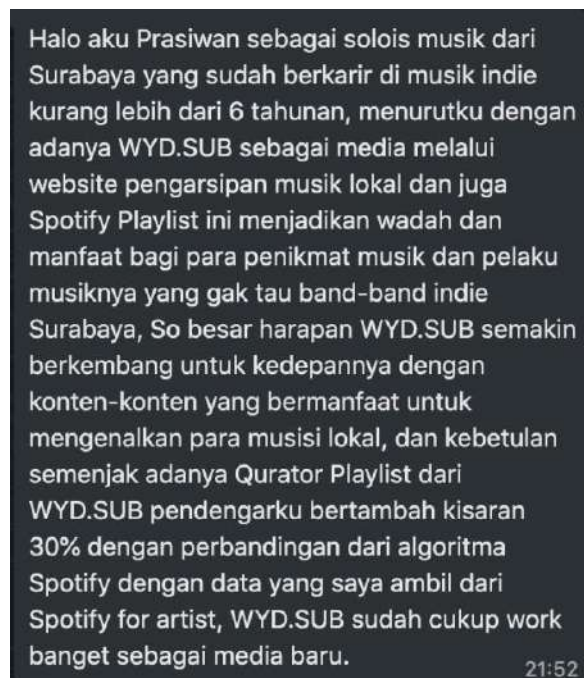
Selain melakukan penghitungan kuantitatif melalui media promosi, evaluasi dan analisa keberhasilan pencapaian kegiatan juga dilakukan melalui testimoni dari musisi lokal independen Surabaya yang telah tergabung di WYD.SUB. Testimoni disampaikan secara pribadi melalui Whatsapp kepada peneliti.



Halo aku Giffahry dari Redwine. Project WYD.SUB ini menurutku bisa jadi angin segar buat industri musik khususnya skena musik lokal Surabaya. Buat aku adanya project ini bisa mengenalkan karya serta para pelaku musik di Surabaya ke khalayak umum yang mungkin kurang aware sama adanya para musisi independent di Surabaya. Selain itu menurutku project ini juga jadi bukti pentingnya sebuah pengarsipan khususnya pengarsipan karya musik bagi pelaku musik serta penikmat musiknya. Semoga adanya project ini bisa jadi salah satu pintu jaringan antara pelaku musik, penikmat musik serta pekerja industri kreatif lainnya agar terhubung dan bisa saling berkolaborasi untuk menghasilkan karya.

18:06

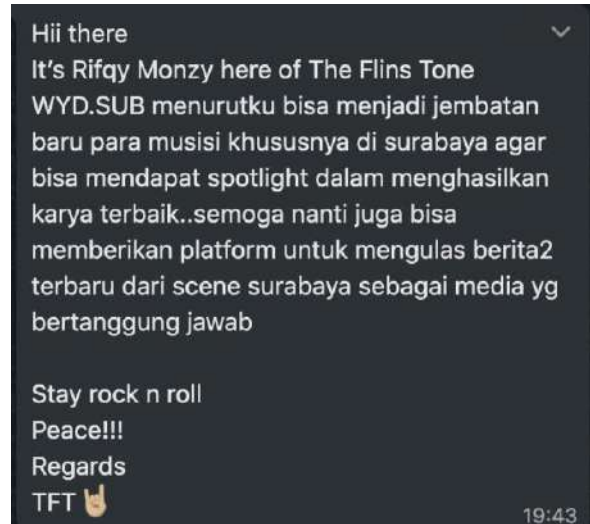
Gambar 19. Testimoni WYD.SUB dari musisi: Redwine Music



Halo aku Prasiwan sebagai solois musik dari Surabaya yang sudah berkarir di musik indie kurang lebih dari 6 tahunan, menurutku dengan adanya WYD.SUB sebagai media melalui website pengarsipan musik lokal dan juga Spotify Playlist ini menjadikan wadah dan manfaat bagi para penikmat musik dan pelaku musiknya yang gak tau band-band indie Surabaya, So besar harapan WYD.SUB semakin berkembang untuk kedepannya dengan konten-konten yang bermanfaat untuk mengenalkan para musisi lokal, dan kebetulan semenjak adanya Qurator Playlist dari WYD.SUB pendengarku bertambah kisaran 30% dengan perbandingan dari algoritma Spotify dengan data yang saya ambil dari Spotify for artist, WYD.SUB sudah cukup work banget sebagai media baru.

21:52

Gambar 20. Testimoni WYD.SUB dari musisi: Prasiwan

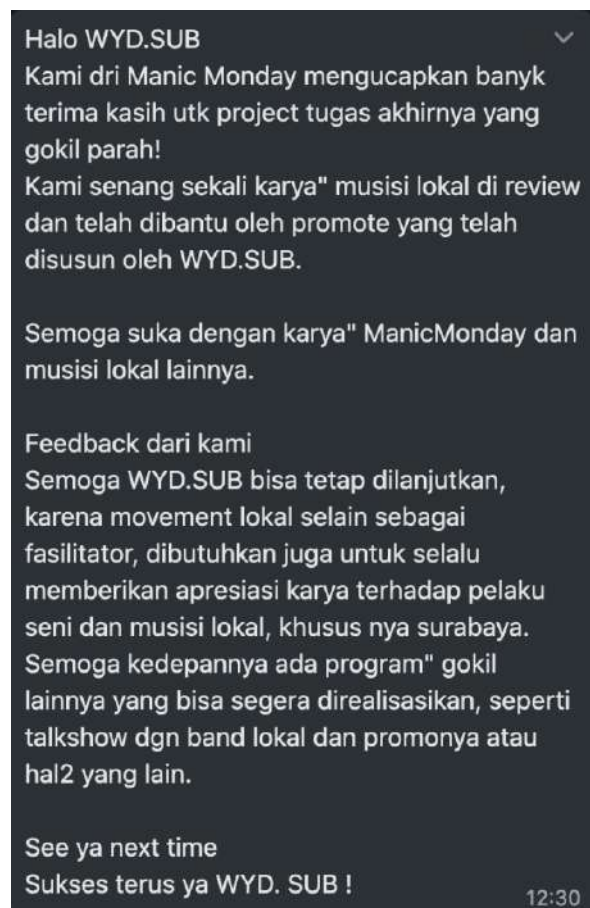


Hii there
It's Rifqy Monzy here of The Flins Tone
WYD.SUB menurutku bisa menjadi jembatan baru para musisi khususnya di surabaya agar bisa mendapat spotlight dalam menghasilkan karya terbaik..semoga nanti juga bisa memberikan platform untuk mengulas berita2 terbaru dari scene surabaya sebagai media yg bertanggung jawab

Stay rock n roll
Peace!!!
Regards
TFT 🙌

19:43

Gambar 21. Testimoni WYD.SUB dari musisi: The Flins Tone



Halo WYD.SUB
Kami dri Manic Monday mengucapkan banyak terima kasih utk project tugas akhirnya yang gokil parah!
Kami senang sekali karya" musisi lokal di review dan telah dibantu oleh promote yang telah disusun oleh WYD.SUB.

Semoga suka dengan karya" ManicMonday dan musisi lokal lainnya.

Feedback dari kami
Semoga WYD.SUB bisa tetap dilanjutkan, karena movement lokal selain sebagai fasilitator, dibutuhkan juga untuk selalu memberikan apresiasi karya terhadap pelaku seni dan musisi lokal, khusus nya surabaya. Semoga kedepannya ada program" gokil lainnya yang bisa segera direalisasikan, seperti talkshow dgn band lokal dan promonya atau hal2 yang lain.

See ya next time
Sukses terus ya WYD. SUB !

12:30

Gambar 22. Testimoni WYD.SUB dari musisi: Manic Monday

Kesimpulan

Kegiatan *community engagement* yang dilakukan WYD.SUB terhadap musisi-musisi lokal independen di Surabaya untuk mempromosikan dan mengarsipkan musik lokal independen Surabaya melalui playlist dan website dapat dikatakan sudah mencapai target dan menjawab rumusan masalah. Berdasarkan testimoni dan data yang diperoleh, WYD.SUB mendapat penerimaan yang positif baik dari musisi maupun masyarakat, karena telah memberikan angin segar dan inovasi promosi bagi musik lokal independen Surabaya. Walaupun masih berupa media kecil, namun perkembangan WYD.SUB tergolong stabil dan terus mengalami peningkatan. Sehingga WYD.SUB memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi media yang lebih besar agar bisa membantu lebih banyak musisi lokal independen di Surabaya.

Untuk menjadikan WYD.SUB sebagai media yang besar dan bisa membantu lebih banyak musisi lokal independen di Surabaya, WYD.SUB dapat menjalankan berbagai potensi pengembangan kolaborasi seperti yang tertulis pada bab 4.4. Dengan menjalankan potensi tersebut, WYD.SUB dapat menyebarkan *awareness* mengenai siapa dan apa yang dilakukan WYD.SUB. WYD.SUB juga telah mendapatkan banyak dukungan dari musisi lokal independen Surabaya untuk menjadi media yang lebih besar, sehingga WYD.SUB sangat direkomendasikan untuk tetap berjalan dan terus dikembangkan sehingga bisa melahirkan terobosan-terobosan lain untuk membantu musik lokal independen Surabaya.

Referensi

- Alpito, A. S. (2016, June 2). *Titik Cerah Pengarsipan Musik Indonesia*.
<https://www.medcom.id/hiburan/indis/9K5G00nb-titik-cerah-pengarsipan-musik-indonesia>
- Cummings, C. (2016, April 17). *Infographic: 72% of Spotify Listeners Are Millennials. Here's How They Use the Service*.
<https://www.adweek.com/brand-marketing/infographic-what-marketers-need-know-about-millennials-music-habits-170869/>
- Fandia, M. (2016, April 21). *Spotify Launches in Indonesia – Survey Report. Spotify Launches in Indonesia – Survey Report*.
<https://blog.jakpat.net/spotify-launches-in-indonesia-survey-report/>
- KBBI. (n.d.). *Arsip*. Retrieved April 17, 2021, from <https://kbbi.web.id/pengarsipan>
- Spotify. (2021, March 8). *Playlist*.
<https://support.spotify.com/id/article/create-a-playlist/>

Sukoco, B. M. (2007). *Manajemen Administrasi Perkantoran Modern*. Penerbit Erlangga.