

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring semakin cepatnya perubahan didalam mengkonsumsi produk-produk budaya saat ini, mengakibatkan banyak pebisnis yang terpaksa untuk mengevaluasi kembali bisnis yang mereka hadirkan untuk pelanggan dan mendorong pebisnis untuk menemukan cara agar produknya lebih menarik perhatian pelanggan (Teece, 2010) yang dikutip oleh Waldner; Zsifkovits, dan Heidenberger (2013: 6). Dalam industri rekaman musik, hal ini hampir mustahil untuk mempertahankan keuntungan era sebelum adanya internet dengan model bisnis tradisional berdasarkan barang fisik (Liebowitz, 2006; Michel, 2006; Oberholzer-Gee and Strumpf, 2007) yang dikutip oleh Waldner; Zsifkovits, dan Heidenberger (2013: 6). Artinya bahwa perkembangan internet yang begitu pesat dapat mengubah peta bisnis di industri karaoke musik yang saat ini sangat pesat perkembangannya di Indonesia, dimana masyarakat yang suka bernyanyi dan karaokean bersama teman-temannya dapat menikmati karaokean secara digital yang terhubung melalui internet.

Khalayak yang sebelumnya suka bernyanyi karaokean bersama teman-temannya pergi ke tempat-tempat karaokean, kini dengan adanya fasilitas aplikasi musik karaokean membuat khalayak tertarik menggunakan digital musik karaokean yang terhubung dengan internet. Uraian penjelasan di atas didukung oleh pernyataan Zentner (2008) yang dikutip oleh Waldner; Zsifkovits,

dan Heidenberger (2013: 8) distribusi musik digital terkonsentrasi pada internet, yang merupakan alasan menurunnya pengunjung datang ke toko-toko musik, hal ini terjadi pada awal tahun 2000-an. Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bisnis tempat karaokean harus mulai menemukan dan mengevaluasi ke model bisnis yang baru dengan cara meningkatkan teknologinya melalui proses produksi, distribusi, dan konsumsi rekaman musik menjadi sukses secara komersial untuk menggantikan penurunan pendapatan tradisional (Berman et al., 2011) yang dikutip oleh Waldner; Zsifkovits, dan Heidenberger (2013: 5).

Dalam dekade terakhir, inovasi teknologi secara radikal mengubah industri rekaman musik (Ahn and Yoon, 2009) yang dikutip oleh Waldner; Zsifkovits, dan Heidenberger (2013: 7). Kajian literatur tentang hal ini selama beberapa periode telah difokuskan terutama pada melakukan file-sharing, peer-to-peer networks (antara teman ke teman), dan tindakan yang dilakukan khalayak online tersebut secara potensial dapat mempengaruhi industri musik rekaman perusahaan (Bhattacharjee et al., 2003; Liebowitz, 2006; Michel, 2006; Oberholzer-Gee and Strumpf, 2007) yang dikutip oleh Waldner; Zsifkovits, dan Heidenberger (2013: 7). Karena khalayak online yang telah menggunakan fasilitas aplikasi digital karaokean di media sosial mensharenya ke teman-teman lainnya yang terdapat pada kontak jejaringan sosial. Teman-teman lainnya memungkinkan untuk tertarik menggunakan aplikasi karaokean tersebut.

Digitalisasi telah membawa format yang nyaman untuk mengkonsumsi musik, dan format digitalisasi ini dapat di share dari teman yang satu ke teman lainnya melalui jejaringan media sosial (peer-to-peer networks) sehingga hal ini lebih efisien dalam mendistribusikan file musik digital karena biaya yang dikeluarkan juga tidak mahal. Secara umum, konsumen merasakan manfaat dari aspek digitalisasi dari market musik (Ahn and

Yoon, 2009) yang dikutip oleh Waldner; Zsifkovits, dan Heidenberger (2013: 8).

Manfaat yang dapat dirasakan khalayak online dari aspek digitalisasi market musik yakni khalayak online dapat mendengarkan musik secara live maupun berkaraokean melalui perangkat aplikasi Smule yang terplugin pada media sosial. Khalayak online dapat bernyanyi secara solo maupun duet dengan khalayak online lainnya di media sosial.

Berdasarkan uraian di atas, alasan ketertarikan mengangkat judul penelitian “Motivasi Pengguna Aplikasi Video Karaoke Smule di Media Sosial Facebook”, pertama, industri musik terus mengalami perkembangan seiring dengan kemajuan internet dan peningkatan jumlah pengguna media sosial. Dahulu, orang-orang yang ingin menikmati musik dan bernyanyi bersama teman-temannya mengharuskan untuk pergi ke tempat karaokean dan kini adanya Aplikasi Video Karaoke Smule di media sosial facebook memudahkan khalayak online berkaraokean bersama meskipun mereka tidak berada dalam satu tempat. Khalayak online dapat menentukan jenis lagu yang diinginkan dan hasil nyanyian karaokean dapat direkam serta di share pada media sosial Facebook. Khalayak online dapat memberikan komentar pada lagu yang dinyanyikan bersama tersebut dan di share ke teman-teman lainnya atau kebanyakan orang.

Uraian penjelasan di atas, didukung oleh pernyataan berikut: Industri budaya, khususnya industri musik rekaman, telah sangat dipengaruhi oleh peningkatan konsumsi musik di perangkat mobile, industri musik telah masuk ke dalam jejaringan media sosial, aplikasi musik ini dapat di share dari teman yang satu ke teman lainnya, dan media internet ini sebagai media utama untuk mendistribusikan aplikasi tersebut. Pertanyaan mendasar yang perlu dijawab adalah sebagai berikut: bagaimana cara

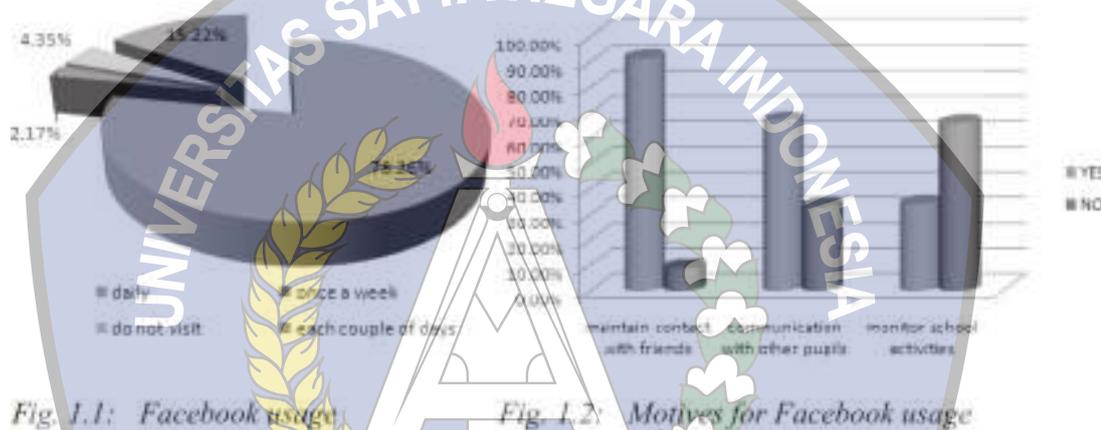
mengirimkan file digital, yang mana pengguna mengharapkan dapat mendownload aplikasi secara gratis? (Chesbrough, 2010) yang dikutip oleh Waldner; Zsifkovits, dan Heidenberger (2013: 5).

Kedua, media sosial menarik diteliti dikarenakan khalayak online dapat berinteraksi antara satu orang kepada orang lain yang telah terkoneksi dengan jaringan internet dan terlebih lagi media sosial dapat diinstal aplikasi Video Karaoke Smule sehingga khalayak online dapat bernyanyi bersama dengan khalayak online lainnya. Aplikasi Video Karaoke Smule memiliki keunggulan dalam merekam suara nyanyian khalayak online dan hasil rekaman suaranya dapat di share pada media sosial Facebook. Khalayak online lainnya dapat memberikan komentar terhadap lagu yang dinyanyikannya. Dari komentar-komentar temannya ini memotivasi khalayak online lain untuk menggunakan aplikasi Video Karaoke Smule guna memperoleh hiburan dan menghilangkan rasa jenuh terhadap aktivitasnya sehari-hari.

Uraian penjelasan di atas, didukung oleh pernyataan Levnajić (2014: 59) interaksi dapat berlangsung di jejaringan media sosial dengan cara mengkoneksikan dengan pengguna lain dan bahkan dapat memperluas jaringan ke pertemanan lainnya, pengguna media sosial dapat memberikan komentar pada kontent, dapat membentuk grup dan mendiskusikan sesuatu. Penelitian telah menunjukkan bahwa website media sosial yang paling umum adalah Facebook, Google+, dan MySpace. Facebook digunakan setiap hari oleh 78% responden, 4% tidak mengunjungi, sementara yang lain menggunakannya setiap beberapa hari atau mingguan apa yang dianggap sebagai penggunaan yang

sering, seperti yang terlihat dalam gambar 1.1. Levnajić (2014: 59) Motivasi orang-orang yang paling sering untuk menggunakan website adalah

- 1) Mempertahankan kontak dengan teman-teman sebesar 97% dari responden
- 2) Dapat melakukan komunikasi dengan siswa lain mengenai bahan ajar, tesis dari sekolah, membantu pekerjaan rumah dan tujuan pendidikan lainnya sebesar 67% dari responden.
- 3) 34% dari pengguna Facebook aktif menggunakan media sosial untuk memantau kegiatan sekolah (acara olahraga, asosiasi sekolah, organisasi sekolah, dll)



**Gambar I.1: Motivasi Penggunaan Facebook**

Alasan ketertarikan pada Aplikasi Video Karaoke Smule dikarenakan Smule telah muncul sebagai merek terkemuka di iPhone, Chris Hollenbeck, managing director di Granite Ventures di awal bulan pertama kemunculan Smule telah mendapatkan juta pelanggan dan sekarang anggota dewan Smule direksi. Kemudian, Smule Sonic Lighter telah meraih peringkat nomer urut # 1 di Apple App Store di seluruh dunia. Aplikasi Smule telah menerima pujian yang luar biasa, Smule telah menarik lebih dari satu juta pengguna di seluruh sebelas ribu geografi yang unik (SonicMule, inc.; Smule telah mampu

mendapatkan pendanaan baru sebesar 3.9 juta dolar) (2009). Science Letter, diakses pada website <http://search.proquest.com>).

Aplikasi Video Karaoke Smule adalah salah satu yang terlengkap dan dapat dijalankan oleh pengguna Android dan iOS. Di dalam aplikasi karaoke ini terdapat banyak sekali koleksi lagu, mencapai 1.200 judul. Melalui koleksinya yang lengkap, aplikasi karaoke ini memiliki sebuah fitur yang akan mencatat performa kualitas nyanyian pengguna online. Selain itu, pengguna dapat memainkan karaoke lagu duet bersama orang di samping Anda atau secara online. Yang lebih menarik lagi, aplikasi karaoke Sing! Karaoke by Smule dapat diunduh secara gratis melalui Google Play Store.

Menurut Sugiyono (2013: 52) masalah diartikan sebagai penyimpangan antara yang seharusnya dengan apa yang benar-benar terjadi, antara teori dengan praktek. Jadi, dapat disimpulkan bahwa masalah muncul ketika adanya perbedaan antara teori dan praktek.

Berdasarkan hasil wawancara kecil dengan beberapa orang yang telah menggunakan aplikasi video karaoke smule diperoleh permasalahan sebagai berikut: pertama, meskipun pengguna online telah mendownload aplikasi video karaoke smule ternyata tidaklah mudah untuk bersosialisasi mendapatkan pertemanan baru yang tidak dikenalnya, penyebabnya tidak semua khalayak yang sedang online di Facebook tertarik untuk bernyanyi karaoke dan pengguna lain malah lebih tertarik untuk update status share foto maupun memberikan komentar pada status yang di update orang tersebut. Kedua, setelah pengguna online menyanyikan lagu pada aplikasi video karaoke smule kemudian di share

di Facebook ternyata teman-teman yang ada dalam kontak Facebooknya hanya sedikit yang memberikan komentar bahkan jarang sekali teman-temannya yang memberikan komentar penilaian terhadap nyanyiannya, artinya bahwa tujuan dari pengguna aplikasi video karaoke smule untuk mencari status pengakuan dari teman-temannya mengenai suaranya yang merdu dan bagus tidak tercapai.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Motivasi Pengguna Aplikasi Video Karaoke Smule di Media Sosial Facebook”.

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Dari latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian, meliputi:  
Bagaimana memotivasi khalayak online menggunakan Aplikasi Video Karaoke Smule di Media Sosial Facebook?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang hendak diteliti, meliputi:  
Untuk mengetahui motivasi khalayak online menggunakan Aplikasi Video Karaoke Smule di Media Sosial Facebook.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari melakukan penelitian ini terbagi menjadi dua kategori:

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi di bidang jurnalistik, khususnya kajian teoritis tentang media sosial dan motivasi menggunakan aplikasi online sehingga teoritis ini dapat

dipergunakan bagi peneliti berikutnya yang tertarik membahas tentang berita online di media sosial.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi para praktisi di bidang ilmu komunikasi untuk terus mengembangkan penelitian yang terkait dengan media sosial sehingga hasil penelitian menjadi lebih valid dan signifikan.

