

Strategi Pemasaran Grup Musik Indie Moccature dan Penciri Musik sebagai Bentuk Kebertahanan

Yosa Maulana Hakim

Program S1 Musik, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

Email : yosahakim@gmail.com

Abstrak : Grup musik indie Moccature merupakan grup musik yang dikelola secara mandiri oleh personilnya. Selain itu Moccature memiliki keunikan pada gaya bermusiknya. Maka dari itu penelitian memiliki tujuan untuk membahas bagaimana strategi pemasaran dan penciri musik dari Moccature. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan disiplin ilmu strategi pemasaran dan musik. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisa data dilakukan dengan cara pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data. Hasil penelitian ini menghasilkan bahwa grup musik indie Moccature menggunakan strategi bauran pemasaran 4P (Product, Price, Place & Promotion) dan menggunakan strategi segmentasi targeting dan positioning (STP). Penciri musik Moccature terletak pada gaya musik yang mengusung genre pop tahun 2000an. Genre musik Moccature adalah teen-pom. Progresi akor pada karya Moccature adalah III-IV-V-VI. Diksi pada lirik Moccature menggunakan bahasa Indonesia saja dan menggunakan diksi yang mudah dipahami namun tetap mengusung keindahan kata.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran, Penciri Musik, Moccature*

Abstract : The indie music group Moccature is a music group that is managed independently by its personnel. In addition, Moccature is unique in its musical style. Therefore, the research aims to discuss how the marketing strategy and musical characteristics of Moccature. This research uses a qualitative method with the disciplines of marketing strategy and music. Data collection uses observation, interview, and documentation study methods. Data analysis was carried out by collecting data, reducing data and presenting data. The results of this study indicate that the indie music group Moccature uses a 4P marketing mix strategy (Product, Price, Place & Promotion) and uses a targeting and positioning segmentation strategy (STP). The characteristic of Moccature music lies in the style of music that carries the pop genre of the 2000s. Moccature's music genre is teen-pop. The chord progressions in Moccature's works are III-IV-V-VI. The diction in the lyrics of Moccature uses Indonesian language only and uses diction that is easy to understand but still carries the beauty of words.

Keywords: *Marketing Strategy, Music Characterization, Moccature*

PENDAHULUAN

Hasil survey pada web Survey Indonesia, menunjukkan musik pop memiliki peminat paling banyak berdasarkan hasil survei. Musik pop memiliki presentase 78% responden dari

hasil survei Jakpat pada 15 hingga 19 Juni 2023. Kemudian pada urutan kedua, dangdut mendapatkan 38% suara responden.

Musik pop merupakan salah satu aliran dari perkembangan musik di era

modern. Musik modern adalah era musik yang berkembang dengan pengaruh perkembangan teknologi. Menurut Taher I (2009 : 15), musik modern merupakan era musik yang berbeda dengan era sebelumnya dimana pada era musik modern memiliki kreativitas yang tak terbatas, memiliki berbagai macam aliran dengan penamaan aliran berdasarkan referensi seni rupa.

Ciri khas dari musik populer adalah memiliki progresi akor yang lebih sederhana daripada musik klasik, serta lebih dipahami oleh masyarakat umum mengenai pesan atau makna yang disampaikan melalui musik tersebut.

Pop merupakan singkatan dari musik populer. Istilah populer juga memiliki makna yang bisa membuat pengertian tentang musik jenis ini menjadi rancu karena kata populer itu sendiri. Populer bisa berarti dikenal oleh semua orang (Taher I, 2009 : 15).

Dunia industri musik populer terdapat suatu istilah yaitu musisi indie. Musisi indie merupakan istilah untuk seorang atau grup musisi yang melakukan pembuatan karya, produksi musik serta pemasaran pada karya musik mereka secara mandiri atau independent.

Musik indie merupakan grup musik yang melakukan proses produksi musik hingga pemasaran terhadap karya musik mereka secara mandiri atau independen. Umumnya grup musik indie memiliki karya musik yang diterima di pasar atau publik, akan tetapi dalam proses produksi album tidak melibatkan Major Label atau perusahaan rekaman nasional yang sudah mendapatkan kredibilitas di industri musik (Kusuma, 2013).

Salah satu grup musik indie yang sedang menaiki tangga popularitas adalah Moccature. Dilansir dari artikel dari website Risamedia dan IDN Times, Moccature band merupakan band indie asal

kota Surabaya. Grup ini terbentuk pada 10 Desember 2018.

Moccature berasal dari kata *mocca* yakni warna coklat yang tidak terlalu mudan dan juga tidak terlalu tua yang melambangkan akan fase remaja. Sementara *tune* berasal dari kata *Tunes* yakni mengacu pada musik yang menyenangkan.

Anggota pada grup Moccature terbilang unik, karena terdiri dari musisi dan ilustrator. Anggota pada Moccature terdapat Sato sebagai Project Officer, Rayn sebagai Manager, Tyoc pada Talent Manager, Manta sebagai Editor, Sacche sebagai Head Illutrator, dan 153 (ichigo-san) pada Head Production. Pada anggota bandnya saat ini posisi Moccature terdiri dari Satria sebagai keyboardist, Anya sebagai vokalis, Hendra sebagai bassist, Fahri sebagai gitaris, dan Mumut sebagai drummer.

Selain hal tersebut, sebagai grup indie tentu saja masih terdapat berbagai halangan dan persaingan dalam memasarkan karya musik. Dengan persaingan antar grup indie yang sudah lama berdiri, persaingan label musik besar, serta bermunculnya berbagai jenis musisi indie, tentunya Moccature memiliki strategi tersendiri dalam menghadapi tantangan tersebut.

Oleh perihal tersebut, menjadi daya tarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai ciri khas gaya bermusik strategi pemasaran yang diterapkan Moccature dalam memasarkan karya musik grup musik indie Moccature sebagai bentuk kebertahanan.

Rumusan masalah dari pemaparan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1 Bagaimana strategi pemasaran Moccature dalam bermusik sebagai bentuk kebertahanan ?

2 Apa penciri gaya bermusik Moccature ?

Tujuan penelitian dari terlaksananya penelitian ini sebagai berikut

1 Mendeskripsikan strategi pemasaran Moccature.

2 Mendeskripsikan penciri khas gaya bermusik Moccature.

Manfaat Penelitian Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, diharapkan dapat memberi manfaat baik manfaat teoritis dan manfaat praktis :

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi terhadap penelitian berikutnya yang berketerkaitan mengenai strategi pemasaran Moccature dalam bermusik sebagai bentuk kebertahan. Serta dapat menjadi referensi mengenai strategi pemasaran dalam bermusik.

Manfaat praktis penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam menyusun strategi pemasaran karya musik bagi pelaku seni musik untuk memasarkan karyanya. Serta memberikan manfaat bagi mahasiswa untuk penelitian melakukan lebih lanjut, dan menambah sumber referensi pada perpustakaan dengan pembahasan terkait strategi pemasaran dalam bermusik.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian Strategi Grup Musik Indie *Moccature* dalam Bermusik Sebagai Bentuk Kebertahanan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan studi kasus dan musikologi.

Pelaksanaan pada penelitian ini berada di kota Surabaya. Lokasi tersebut berdasarkan lokasi grup musik indie *Moccature* yang beraktivitas di kota Surabaya.

Fokus objek penelitian terhadap strategi pemasaran dan penciri bermusik yang digunakan oleh *Moccature* dalam bermusik sebagai bentuk dari kebertahanan. Adapun subjek penelitian ini adalah anggota dan manajer dari *Moccature* serta para pendengar musik *Moccature*.

Sumber data primer merupakan sumber data utama yang berasal dari subjek penelitian. Pada penelitian ini sumber data primer adalah anggota dan manajer dari *Moccature*.

Sumber data sekunder merupakan sumber data sampingan untuk mendukung data dari sumber data primer. Sumber data sekunder pada penelitian ini menggunakan dokumentasi pada sosial media *Moccature* dan artikel atau berita yang berkaitan dengan *Moccature*.

Pelaksanaan penelitian diperlukan teknik atau tata cara dalam mengumpulkan data secara ilmiah. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan terdiri dari observasi, wawancara, dokumentasi dan kuisioner dengan google form. Menurut Catherine Marshall dan Gretchen B. Romson dalam Sugiyono (2022 : 297), tata cara utama dalam mengumpulkan data pada penelitian kualitatif terdiri dari kegiatan observasi, wawancara secara detail atau mendalam dan studi dokumentasi.

Validasi data menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik. Tahapan analisa data dilakukan dengan tata cara pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data sehingga didapat hasil dan kesimpulannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan langkah taktis untuk memperkenalkan suatu karya musik kepada calon pendengar.

Moccattune menggunakan pemasaran secara langsung dan digital. Menurut Pratama (2023 : 116 – 117), Strategi pemasaran merupakan tahapan untuk melakukan proses penentuan target pasar dan bauran pemasaran yang terkait.

Analisis SWOT

Analisa SWOT adalah teknik penyusunan rencana atau penyelesaian suatu masalah yang dipergunakan pada keperluan bisnis. Metode ini menekankan nilai peran faktor internal yang meliputi *strengths* dan *weakness* dan faktor eksternal yang terdiri *opportunities* dan *threats* untuk penyusunan suatu strategi dalam perencanaan ide dan penyelesaian masalah secara efektif (Ananda, 2022).

Kekuatan (*Strengths*)

Strength merupakan faktor yang menjadi nilai keunikan, keunggulan dan ciri khas dari suatu brand (Ananda, 2022)

Faktor *strength* pada grup musik moccattune dari penjelasan Fiar(27) selaku manager Moccattune, mengatakan bahwa moccattune memiliki poin kekuatan pada komposisi musik yang dapat dinikmati oleh semua kalangan. Selain itu, lirik tentang kisah-kisah remaja sangat cocok disajikan dengan vokal centil nan ceria. Keunggulan lainnya adalah aransemen musik khas pop Indonesia tahun 2000-an membuat para pendengarnya nostalgia ke masa-masa sekolah

Selain itu Alia(28) selaku manajer internal Moccattun menambahkan bahwa Moccattune memiliki gaya Music Video yang unik yaitu adanya Musik Video dengan konsep animasi story board

Kelemahan (*Weaknesses*)

Weakness atau kelemahan merupakan faktor atau poin kekurangan dalam suatu produk atau *brand* perusahaan (Ananda, 2022).

Fiar(27) menjelaskan bahwa warna musik yang terlalu umum dan tidak memiliki segmentasi, sehingga sulit untuk menganalisa dan membuat strategi pemasaran. Beberapa personil di Moccattune memiliki kesibukan sendiri di luar dunia musik, sehingga ada kesulitan mencari jadwal berkegiatan.

Peluang (*Opportunities*)

Opportunities merupakan faktor eksternal dari produk atau *brand* perusahaan yang menjadi peluang dalam melakukan pemasaran terhadap suatu produk atau *brand* perusahaan (Ananda, 2022).

Fiar (27) memaparkan bahwa Moccattune memperkuat eksistensinya di sosial media sehingga berpeluang untuk masuk ke pasar Gen-Z yang merupakan target pendengar utama dari lagu-lagunya. Dengan lirik berbahasa indonesia yang unik dan mudah menarik perhatian.

Moccattune juga memiliki peluang untuk membuat tren video viral. Selain itu Moccattune memiliki berbagai koneksi dari relasi personil yang membantu moccattune dalam berkembang.

Ancaman (*Threats*):

Threath merupakan faktor eksternal yang memiliki potensi untuk mengancam keberlangsungan atau perkembangan suatu produk atau *brand* perusahaan (Ananda, 2022).

Tantangan yang dihadapi oleh Moccature menurut Fiar(27) antara lain adalah grup musik lain yang lebih konsisten, dan permasalahan waktu dan usia personil yang semakin tidak relevan dengan konsep yang diusung.

Strategi Segmentasi, Targeing, dan Positioning (STP)

STP merupakan metode dalam penyusunan strategi pemasaran. STP merupakan kepanjangan dari Segmentasi, Targeting, dan Positioning. (Kotler & Armstrong, 2017)

Segmentasi:

Moccature melakukan segmentasi pada taktik pemasarannya. Segementasi yang diterapkan oleh Moccature menggunakan segmentasi demografi. Pasar dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan segmentasi demografis menurut faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, etnis, dan generasi (Kotler & Armstrong, 2017).

Moccature melakukan segmentasi demografi dengan faktor usia dan perilaku dikarenakan sesuai dengan tujuan dan gaya bermusik milik Moccature yang memiliki cerita kisah kasih dan lika liku di masa awal awal remaja.

Targeting:

Targeting yang diterapkan Moccature merujuk pada Targeting

Niche. Targeting Niche merupakan pendekatan pemasaran terfokus yang memasarkan suatu ptdok yang kurang diperhatikan oleh masyarakat menjadi produk yg bernilai dan disukai(Kotler & Armstrong, 2017).

Satria (28) memaparkan bahwa terdapat kesenjangan dalam peredaran musik populer tahun 2000an, dan menuai komentar dari beberapa pihak MD Radioa yang mengatakan bahwa gaya musik populer di tahun 2000an sudah mulai ditinggalkan.

Hal tersebut merupakan peluang bagi Moccature. Ini dikarenakan Cinta laura dan Ramen girl yang mengangkat kembali lagu tahun 2000an dengan judul Centil dan menangkat slogan #BringBackIndonesianCentil. Dengan adanya momen tersebut Moccature berani membawakan Teen pop 2000an.

Positioning:

Positioning merupakan metode untuk membuat produk yang dipasarkan, selalu diingat oleh masyarakat ketika mengiginkan produk serupa. (Kotler & Armstrong, 2017)

Moccature menggunakan metode positioning dengan cara menyuarakan slogan yang mempromosikan grup musik Moccature dengan lagu yang centil dan riang

Kalimat slogan yang dilontarkan oleh Anya selaku vokalis pada pertunjukan musik di atas panggung berisikan “ Vokalis yang paling centil yang kamu kenal”.

Bauran Pemasaran 4P

Bauran pemasaran adalah semua perihal yang dapat dikuasai oleh seorang manajer dan pemasaran untuk melakukan Tindakan yang memberikan pengaruh terhadap nilai permintaan dari konsumen terhadap barang dan jasa (Panjaitan, (2018) dalam Pratama, (2023)).

Produk (*Product*)

Moccature merilis karya musik berupa single dan album. Salah satu single terkenal mereka adalah "Disampingmu" yang dirilis berdasarkan polling suara dari pengikut akun Instagram dan Twitter mereka. Selain itu, mereka juga menjual merchandise terkait lagu tersebut.

Tempat (*Place*)

Karya musik Moccature didistribusikan melalui platform digital streaming platform seperti Spotify dan YouTube Music. Menurut Fiar (27), pemilihan digital streaming platform dan youtube sebagai tempat perilis karya Moccature dikarenakan agar masyarakat lebih mudah untuk menikmati karya Moccature..

Pembelian merchandise dilakukan melalui narahubung pada bio akun sosial media Moccature. menurut Aya (28), Moccature menggunakan sistem pemesanan secara langsung tersebut guna mempermudah dalam komunikasi dengan customer dalam memesan.

Harga (*Price*)

Penggunaan digital streaming platform membuat para pendengar cukup menggunakan paket data internet mereka untuk menikmati karya musiknya. Selain itu Moccature juga menetapkan harga yang kompetitif

untuk merchandise mereka yang berdasarkan kualitas produk dan harga pasaran pada msa tersebut.

Promosi (*Promotion*)

-Merchandise

Moccature memiliki merchandise seperti kaos, stiker dan gantungan kunci. Pengadaan merchandise tersebut bersamaan dengan perilis karya terbaru dengan *Moccature*.



Gambar 1. Logo Moccature di bagian belakang merchandise (Sumber : Instagram Moccature)

Peletakan tersebut memiliki alasan, Fiar(27) selaku manajer untuk persoalan eksternal *Moccature* menjelaskan bahwa bagian belakang kaos *merchandise* adalah bagian yang paling sering dilihat oleh orang, karena umumnya kaos merchandise digunakan saat menonton suatu acara musik

-Pertunjukan langsung

Pertunjukan langsung atau konser musik juga dimanfaatkan oleh *Moccature* untuk melakukan pemasaran pada karya terbarunya



Gambar 2. Pembagian stiker (Sumber : Instagram Moccature)

Anya (25) mengatakan pembagian *freebies* tersebut untuk memberikan kenang kenangan saat menonton pertunjukan musik Moccattune dan semakin banyak yang mengenal Moccattune.

-Radio



Gambar 3. Siaran Radio
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Moccattune juga menggunakan media radio untuk memasarkan karya terbarunya. Alia(28) memberikan penjelasan pengambilan keputusan melakukan siaran di radio karena Moccattune mendapatkan informasi dari pihak MD Radio bahwa sepertiga populasi masyarakat di Surabaya masih menjadi pendengar radio, angka tersebut sekitar tiga hingga empat juta pendengar.

-Release Party



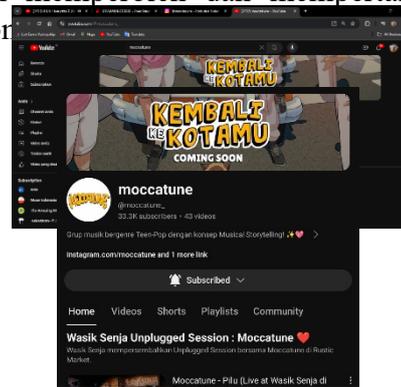
Gambar 4. Disampingmu Release party di Oldwood
(Sumber : Instagram Moccattune)

Release party merupakan kegiatan *campaign* rilisan karya terbaru yang dilakukan oleh grup musik. Pada *Release Party*

Disampingmu, Moccattune dibantu oleh komunitas dan jaringan dari Old Bistro.

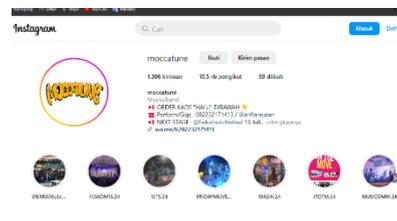
Digital Marketing

Digital marketing menurut (Pratama et al., 2023) adalah *Digital marketing* atau pemasaran digital adalah penggunaan teknologi digital untuk menciptakan komunikasi yang terarah dan terintegrasi yang membantu para pebisnis untuk memperoleh dan mempertahankan custom



Gambar 5. Akun youtube Moccattune
(Sumber Youtube Moccattune)

Media sosial *youtube* menjadi tempat pertama moccattune mengeluarkan debut karya pertamanya. Selain itu *Moccattune* juga memanfaatkan untuk mengunggah konten di *sub-menu community* yang berisikan tentang pengumuman mengenai perilisan karya barunya.



Gambar 6. Akun Instagram Moccattune
(Sumber Instagram Moccattune)

Penggunaan Instagram meliputi dari pengunggahan *Teaser Campaign*. Pengunggahan video teaser di media sosial tersebut untuk menampilkan cuplikan lagu terbaru . Serta digunakan untuk

mengumumkan produk komplementer berupa *merchandise* dari karya rilisan terbaru seperti kaos yang bisa dipesan lebih awal untuk meningkatkan minat masyarakat untuk membeli. Instagram juga digunakan untuk mengumumkan jadwal tur radio serta jadwal untuk tur panggung mereka.



Gambar 7. Retweet Postingan Penggemar (Sumber : X Moccattune)

Aplikasi sosial media X atau twitter juga digunakan oleh moccattune untuk melakukan digital marketing. Pada sosial media X, moccattune juga melakukan pemasaran terhadap merchandise terbaru mereka serta melakukan salah satu poin utama dari strategi pemasaran bauran, hal tersebut dapat terlihat pada tweet mereka yang melakukan polling suara untuk perilisan lagu baru terlebih dahulu atau album dahulu.

Hampir sama dengan dengan pemanfaatan pada isntagram, namun pada X terkesan lebih interaktif dengan follower atau target pasar mereka. Hal tersebut dikarenakan X memiliki fitur repost secara langsung pada postingan tanpa perlu melakukan penandaan seperti pada Instagram.



Gambar 8. Akun Spotify Moccattune Sumber : Spotify Moccattune

Moccattune memasarkan dan mempublish karyanya pada digital streaming platform. Fiar(27) menyampaikan merilis lagu di platform musik online seperti Spotify, Apple Music, dan YouTube Music karena memiliki kemudahan untuk mengakses dan menjangkau pendengar karya musik Moccattune.



Gambar 9. Artikel berita online lagu Disampingmu (sumber : popaktif.id)

Media blasting merupakan cara pemasaran produk dengan cara mengirimkan artikel kepada pihak jurnalistik. Fiar(27) memaparkan bahwa Moccattune menggunakan metode media blasting untuk mendistribusikan karya rilisan terbaru dan materi pendukung kepada media partner untuk liputan atau berita online.

Artikel berita online tersebut berisikan promosi lagu rilisan, profil dari Moccattune dan deskripsi makna dari karya rilisan yang terbaru. Pada artikel berita juga disertakan lirik lagu karya yang baru terbit dan atau potongan audio dari karya tersebut.

Penciri Bermusik

Penciri BKamus psikologi (Chaplin, J.P (2008) dalam (Wardana, I., Rusidah, S., & Wahyuni, N, 2017)), dideskripsikan bahwa karakteristik adalah sinonim kata karakter, watak dan sifat yang terdapat uraian pengertian seperti: Suatu kualitas yang tetap terus menerus dan kekal sehingga dapat menjadi ciri untuk

melakukan identifikasi pribadi seseorang, suatu objek, dan suatu kejadian.

Bentuk Penyajian

Bentuk Pertunjukan menurut (Irnaningrat, 2016:95), pertunjukan musik adalah segala bentuk kreatifitas seorang atau sekelompok musisi yang dituangkan kedalam bentuk suatu pertunjukan yang dapat dipertontonkan kepada semua orang .

Pertunjukan Langsung

Moccatune menampilkan pertunjukan dengan format grup band yang terdiri dari vokalis, bassist, gitaris, drummer, dan keyboardist. Setiap anggota menampilkan aksi panggung yang energik dan interaktif, dengan Anya sering melontarkan slogan "musisi yang paling centil yang kamu kenal" untuk menekankan karakteristik utama musik mereka.

Gaya bermusik mereka di atas panggung mencakup gerakan-gerakan panggung yang dinamis dan energik, menciptakan suasana yang menyenangkan dan penuh semangat.

Musik Video

Moccatune menggunakan animasi storyboard untuk musik video mereka selama pandemi Covid-19, berkolaborasi dengan seniman lokal yang memiliki gaya seni seperti manga atau manhwa. Hal ini membantu mereka dikenal di kalangan pecinta budaya populer Jepang.



Gambar 10. MV animasi story board
#BawaPerasaan
(Sumber : Youtube Moccatune)

Pasca Covid-19 Moccatune menambahkan variasi konsep musik video mereka dengan menggunakan pemeran manusia langsung. Dengan menggunakan pemeran manusia pembuatan musik video lebih cepat daripada dengan animasi. Dengan begitu memeberikan waktu pengerjaan animasi story board dapat dilakukan dengan tenang untuk mencapai hasil karya yang maksimal.

Gaya Bermusik Personil

-Gitaris

Fahri selaku gitaris Moccatune, menggunakan gitar merk Gretsch tipe 5655TG dengan spesifikasi semi hollow body dan pickup TV Jones untuk karakter suara yang lebih bright. Ia juga menggunakan preset efek gitar yang terdiri dari berbagai pedal untuk mendapatkan suara yang diinginkan .

Fahri mengisi bagian instrumen gitar sesuai dengan arahan Satria selaku produser musik Moccatune dan melakukan solo sesuai dengan hasil rekaman karya.

-Bassist

Hendra menggunakan bass Yamaha BB 735A untuk pertunjukan langsung dan Musicman Sterling Ray 35 untuk rekaman karya musik Moccatune.

Menggunakan efek Hartke Gen 1 dan Tuner Rowin. Hendra melakukan solo pada saat campaign karya rilisan terbaru oleh vokalis dan ketika terdapat part yang berisikan akor iringan saja. Pengisian bagian solo tersebut dilakukan secara spontan diatas panggung.

Penggunaan bass yang memiliki karakter berbeda antara rekaman dan pertunjukan langsung dikarenakan Hendra ingin menunjukkan sesuatu yang berbeda untuk menarik minat pendengar karya musik Moccattune agar menonton pertunjukan mereka.

-Drummer

Mumut menggunakan drum yang disediakan oleh panitia dikarenakan karya musik Moccattune tidak memerlukan pengaturan khusus.

Set drum yang digunakan terdiri dari satu snare, satu bass drum, satu tom, satu tom floor, satu floor, satu high hat, satu cymbal ride, satu cymbal crash. Pada lagu Disampingmu menggunakan tambahan cymbal chinese untuk memperkaya harmonisasi pada lagu.

Mumut menggunakan stick drum Kingdo Classic Series dengan ukuran 5A dengan bahan American Hockary. Untuk *In Ear Monitor* menggunakan QZ kZS6 dan headamp A-Audio Pro.

-Keyboardist

Satria menggunakan keyboard Roland RD 700-GX sebagai intrumen utama, keyboard Roland Juno Gi sebagai instrument

kedua atau cadangan dan menggunakan Roland Keytar AX-Synth sebagai instrument keyboard opsional tergantung konsep dan ukuran panggung pertunjukan.

Preset yang digunakan Satria adalah Piano, Assamble dan Piano+Assamble pada Roland Juno Gi dan Roland RD 700-GX, sementara Roland Keytr AX-Synth digunakan untuk preset synth saja karena hanya bisa satu pengaturan preset. Gaya permainan satria menggunakan percussive piano.

-Vokalis

Anya memiliki referensi musik lagu Disney, bernyanyi dengan karakter remaja centil dan riang. Membagikan merchandise kepada penonton pertunjukan dengan caara membagikan secara langsung dan tidak dilemparkan.

Melakukan aksi turun panggugn dengan gaya remaja centilnya jika memeungkinkan. Aksi turun panggung dilakukan jika situasi dan kondisi panggugn pertunjukan memungkinkan.

Aksi tersebut juga digunakan untuk mengalihkan perhatian penonton dari gangguan teknis di FOH aaat pertunjukan berlangsung.

Anya menggunakan *true wireless system in ear monitor Moondrop* dengan transmitter Avid link. menggunakan TWS IEM tersebut untuk memudahkan Anya melakukan Gerakan centil diatas panggugn tanpa harus berurusan dengan kabel.

Prasarana dan Sarana Rekaman:

Proses rekaman Moccature dilakukan secara sederhana dan efektif dengan menggunakan virtual instrument (VST) seperti Addictive Keys dan Addictive Drums. Untuk perangkat keras menggunakan audio interface M audio M track 2x2, laptop MSI GP62-6QF, gitar fender telecaster deluxe, Gretsch G5655TG dan OQ Custom Tele. Drum Yamaha DTX 400, Bass Musicman Sterling Ray 35 dan Yamahan BB735 A, serta MIDI M Audio KeyStation 88 Mk III.

Setiap anggota grup berpartisipasi dalam pembuatan komposisi sesuai bidang mereka untuk mendapatkan harmoni yang sesuai. Moccature juga bekerja sama dengan vendor profesional untuk proses mixing dan mastering.

Latihan

Latihan merupakan cara grup musik dalam mempertahankan kondisi prima mereka untuk acara pertunjukan yang akan dimeriahkannya.

Latihan yang baik mengharuskan melakukan pengulangan yang baik juga. Maksud dari hal tersebut adalah pengulangan yang bertujuan dan dilakukan dengan terstruktur (Ash Shiddiqi et al., 2020).

Alia(28) selaku manajer internal Moccature memaparkan bahwa latihan yang dilakukan personil Moccature berlangsung selama satu hingga tujuh hari sebelum hari pertunjukan, hal ini dikarenakan untuk menyegarkan ingatan personil Moccature akan karyanya, serta meminimalisir adanya kejadian lupa saat di atas panggung.

Latihan untuk personil baru dilakukan dengan cara mengulik lagu bersama selama tiga bulan untuk

mendapatkan keselarasan gaya permainan musik antar personil.

Latihan pada karya baru Moccature dilakukan dengan cara Satria mengirimkan *guide* karya lagu terbaru kepada tiap personil agar dapat dipelajari terlebih dahulu oleh tiap personil.

Genre Musik

Moccature mengusung genre *teen-pop*, menggambarkan kisah cinta dan kebahagiaan di usia remaja awal. Musik Moccature juga membawakan kembali gaya musisi pop tahun 2000-an.

Anya (25) menambahkan tidak ada kebosanan dalam membawakan teen pop 2000an, karena personil Moccature bertumbuh kembang dengan genre musik pop 2000an tersebut.

Satria (28) menambahkan membawakan gaya bermusik tersebut bagi moccature merupakan momen yang tepat, hal tersebut dikarenakan Cinta Laura dan Ramen Girl yang berkolaborasi mengeluarkan lagu centil dengan caption #bringbackindocentil. Hal tersebut juga bersamaan dengan bermunculannya kembali grup musik tahun 2000 an seperti vierra, geisha, coklat, dll di panggung festival musik di Indonesia.

Bentuk Lagu:

Karya lagu Moccature mengikuti struktur bentuk lagu A-B-A-C-B, dengan format intro, verse, reff, verse, bridge, reff, dan outro.



(Gambar 1 Bagian A lagu Disampingmu)
(Sumber : transkrip pribadi)

Bagian A pertama merupakan verse dari lagu Disampingmu yang terdiri dari 1 motif lagu. Setiap motif lagu berisikan 2 kalimat lagu yang terdiri dari frasa tanya dan frasa jawab lagu.



(Gambar 2. Bagian B Lagu Disampingmu)
(Sumber : transkrip pribadi)

Bagian B merupakan reff atau chorus dari lagu Disampingmu. Pada bagian B memiliki 2 motif. Pada motif kedua terdapat satu frasa tanya lagu yang disengaja tanpa ada frasa jawab lagu.

Hal itu dikarenakan pada kalimat tanya terakhir berisikan kalimat lirik yang bertanya.



(Gambar 3. Bagian C Lagu Disampingmu)
(Sumber : transkrip pribadi)

Bagian C lagu Disampingmu merupakan bridge dari lagu tersebut. Pada bagian C berisikan 2 motif lagu dengan setiap motif berisikan dua kalimat lagu.

Progresi Akor dan Kadens

Moccattune sering menggunakan progresi akor III-IV-V-VI pada karya mereka. Menurut Satria penggunaan progresi akor tersebut dikarenakan progresi akor tersebut dapat digunakan diberbagai tempat dan diulangi berkali – kali di satu

bagian lagu namun tetap membuat karya musik mereka memiliki nuansa yang ceria dan menyenangkan.

Berdasarkan teori kadens dari DeVoto (2017), pada progresi akor III-IV-V-VI terdapat kadens *deceptive*. *Deceptive* kadens bergerak dari dari akor dominan ke akor submedian.

Sifat kadens tersebut memiliki untuk memperpanjang frasa lagu. Hal tersebut terjadi dikarenakan kadens tersebut tidak benar-benar berakhir pada akor submedian melainkan akan kembali pada progresi akor awal atau untuk bergerak pada suatu modulasi.

Lirik Lagu

Menurut Awe (Hidayat, 2014) lirik lagu itu sebenarnya dapat muncul setiap saat ketika kita memikirkan sesuatu apapun itu, hanya saja apa yang kita pikirkan itu tidak diiringi dengan nada ataupun irama. Inspirasi sendiri dapat diperoleh dari pengalaman dalam kehidupan sehari-hari.

Lirik pada karya lagu Moccattune menggunakan kata dan kalimat yang sederhana, hal tersebut sengaja dibuat karena aliran musik moccattune yang mengangkat pop rock tahun 2000 an, dengan gaya Teen Rock, dimana lagu pop rock yang mengangkat tema kisah remaja.

Berikut lirik lagu Disampingmu oleh Moccattune :

Verse 1:

*Hari ini kita pulang bersama
Seperti biasanya hanya berdua saja
Kutanya dalam hati
Apakah harusnya memang seperti ini
Apakah cinta memang begini*

Reff 1:

*Perasaan yang selalu ada mungkinkah kau juga
Hati yang selalu berharap untuk selalu bersama
Kata yang selalu terpendam tak dapat terucap
Kenangan yang selalu teringat ingin terus kudekap
Namun itu tidak cukup
Ada yang selalu ingin kutanyakan
Bolehkah ku terus di sampingmu*

Verse 2:

*Lalu tiba saatnya
Saat ku merasa ku harus lakukan sesuatu
(Untuk bahagiakanmu)
Kini tiba saatnya
Saat kurasa ku dapat lakukan sesuatu
(Untuk dirimu)
Kumohon tunggulah aku*

Bridge :

*Selamat hari kasih sayang
Kuharap kau tahu
Kamulah yang selalu kutunggu dari dulu
Tak pernah berpaling, perasaanku
Karena hanya kamu yang selalu buatku
Selalu ingin katakan
Aku suka padamu
Selalu suka padamu*

Reff 2:

*Perasaan yang selalu ada mungkinkah kau juga
Hati yang selalu berharap untuk selalu bersama
Kata yang selalu terpendam tak dapat terucap
Kenangan yang selalu teringat ingin terus kudekap*

Reff 3:

*Perasaan yang selalu ada mungkinkah kau juga
Hati yang selalu berharap untuk selalu bersama
Kata yang selalu terpendam tak dapat terucap*

*Kenangan yang selalu teringat ingin terus kudekap
Namun itu tidak cukup
Ada yang selalu ingin kukatakan
Ku 'kan selalu di sampingmu selamanya
Di sampingmu selamanya
Di sampingmu selamanya*

Lirik pada karya Moccature menggunakan diksi Bahasa Indonesia saja, serta menghindari penggunaan diksi yang mengarah pada alkohol, obat-obatan, seks bebas dan budaya buruk lainnya

Menurut pendengar lirik lagu Moccature memiliki seni puitis namun masih mudah untuk dipahami. lirik Moccature menyampaikan sebuah cerita lika liku kehidupan remaja.

KESIMPULAN

Moccature menerapkan konsep dari strategi pemasaran seperti analisa SWOT, strategi STP (Segmentasi, Targeting, dan Positioning), dan bauran pemasaran 4P dengan baik dan efektif. Hal tersebut dapat terlihat dari hasil identifikasi faktor internal dan eksternal menggunakan konsep analisa SWOT yang tepat, pengambilan segmen pasar yang tearah, targeting pemasaran yang sesuai dengan tujuan serta genre musiknya dan *positioning* mereka yang dilakukan secara konsisten.

Selain itu moccature juga telah memanfaatkan media digital dan konvensional dengan maksimal sehingga promosi dan interaksi dengan pendengar dapat dilakukan dengan efektif serta mudah untuk memasuki pasar musik untuk remaja saat ini.

Penciri bermusik Moccature terletak pada pembuatan animasi story board sebagai musik video mereka, cara pembagian merchandise yang berbeda dan sopan, lirik yang menggunakan diksi Bahasa Indonesia serta memiliki alur cerita, dan penggunaan progresi akor III-IV-V-VI

sebagai progresi akor utama yang terdapat *deceptive* kadens, sehingga membuat lagu Moccature memiliki nuansa ceria dan nyaman untuk dimainkan berulang-ulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akuari, R.K. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Musik di Boni Entertainment Magelang (Skripsi). Fakultas Seni Pertunjukan: Institut Seni Indonesia Yogyakarta
- Ananda. (2022). Analisa SWOT: Pengertian, Manfaat, Tujuan, dan Cara Penggunaan. In Gramedia Blog.
- Arifudin, O. (2021). Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi. Banyumas. Pena Persada
- Ash Shiddiqi, H., Maulana, A., & Yuda Oktadus, H. (2020). *Panduan Berlatih Musik*. Abstraksi Musik. <https://abstraksimusik.com/Panduanberlatihmusik/>.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2).
- Bingar Jati, G., & Rusdi, F. (2021). Strategi Pemasaran Musisi Indie dalam Industri Musik Indonesia (Analisis terhadap Adhithia Sofyan) (Vol. 5, Issue 2).
- Burger, Birgitta. (2010). "Influence Of Musical Features On Characteristic Of Music-Induced Movements". International Conference on Music Perception and Cognition. Hlm. 425-428.
- DeVoto, M.. (2017). cadence. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/art/cadence-music>. Online. Diakses pada 8 Agustus 2024
- Ervina, E. W.. 2019. 10 Lagu *Moccature*, Kisah Bittersweet Masa Remaja dengan Vibes Anime. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/ervina-emma-wardani/lagu-moccature-c1c2>. Online. Diakses pada 27 Februari 2024 pukul 19.29 WIB
- Fourqoniah Finnah; Fikry Muhammad. (2020). *Buku Pengantar Periklanan. Lakeisha* (p. 197)
- Hamzah, Amir. 2020. Metode Penelitian Kualitatif : Rekontruksi Pemikiran Dasar Natural Research. Batu. Literasi Nusantara
- Handayani, M. T. (2022). Manajemen Pemasaran Adalah. Ekru Media.
- Hari, Sasongko M., & Tengah, J. (2016). Mata Kuliah Musik Pop dalam Kurikulum Pendidikan Tinggi Seni di Indonesia (Vol. 4, Issue 1).
- Hidayat, R. (2014). Analisis semiotika makna motivasi pada lirik lagu "laskar pelangi" karya nidji. *EJournal Ilmu Komunikasi*. Samarinda: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Mulawarman.
- Indira, D., Komsiah, S., & Syaifuddin, S. (2022). Analisis Semiotika Pada Musik Video BTS Permission To Dance di CD Album. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 178-186.
- Inserlive. 2020. Apa Itu *Moccature* dan Cerita Para Personel. <https://www.insertlive.com/film-dan-musik/20200208203437-27-80197/apa-itu-moccature-dan-cerita-para-personel--part-2->. Online. Diakses pada 27 Februari 2024 pukul 19.25 WIB

- Irawati, E. (2020). Transmisi, Musik Lokal-Tradisional, Dan Musik Populer. *Panggung*, 30(3),392-410.
- Irnanningrat, S. N. S. (2016). Matinya Pertunjukan Musik. *Promusika*, 4(2), 94-101.
- Jeremia, I. O., & Santoso, D. S. B. (2021). Mengaplikasikan Karakteristik Pemimpin Jemaat Menurut Surat Titus di Lingkungan GPdI Wilayah I Manokwari. *KHARISMATA: Jurnal Teologi Pantekosta*, 3(2). <https://doi.org/10.47167/kharis.v3i2.51>
- Kikitondo. (2019). Wawancara *Moccatune*, Ketika Musisi dan Illustrator Bersatu Membuat Karya Musik. <https://www.risamedia.com/wawancara-moccatune-ketika-musisi-dan-illustrator-bersatu-membuat-karya-musik/>. Online. Diakses pada 27 Februari 2024 pukul 18.37 WIB
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing, (17th ed, Global Edition). In *Harlow: Pearson*.
- Kusuma, I. G. (2013). Musik Indie Bagi Kalangan Remaja Di Kota Denpasar: Studi Tentang Antropologi Kesenian.
- Kusumawati, H. (2010). Diktat Komposisi. Jurusan Pendidikan Seni Musik Fakultas Bahasa dan Seni: Universitas Negeri Yogyakarta
- Oktar, W., Suminar, P., & Topan, A. (2016). Kelompok Musik Indie Di Kalangan Remaja (Studi di Kelurahan Surabaya, Kota Bengkulu). *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 2(1), 18-28.
- Pratama, Y., Fachrurazi, F., Sani, I., Abdullah, M. A. F., Noviany, H., Narulita, S., ... & Islam, D. (2023). Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran: Analisis dan Strategi Di Era Digital. Purbalingga. Eureka Media Aksara
- Prier, Karl-Edmund SJ. (2015). *Ilmu Bentuk Musik*. Yogyakarta: Pusat Musik Liturgi.
- Prier, Karl-Edmund SJ. (2023). *Ilmu Harmoni*. Yogyakarta: Pusat Musik Liturgi.
- Primadani, Maretha T. W. (2023). Strategi Pemasaran Lagu *It's Only Me* Ciptaan Kaleb J Menuju Capaian Komersil (Skripsi). Fakultas Bahasa dan Seni: Universitas Negeri Surabaya.
- Rahmayati. HM ,“Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi,” vol. 4, no. 1, 2015
- Sadya, Sarnita. (2023). Survei: Pop Jadi Genre Musik Favorit Masyarakat Indonesia. <https://dataindonesia.id/varia/detail/pop-jadi-genre-musik-favorit-masyarakat-indonesia>. Online. Diakses pada 21 Maret 2024
- Scott, R. J. . (2003). *Chord progressions for songwriters*. Lincoln. Writers Club Press.
- Soeharto. (2015). Ilmu Bentuk Musik. Gramedia Widiasarana Indonesia, 23(1).
- Sugiyono.(2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. ALFABETA
- Wardana, I., Rusidah, S., & Wahyuni, N. (2017). Pengaruh Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan dan Karakteristik Organisasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Koperasi (Sumber Data Mandiri) Muara Teweh Kalimantan Tengah. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 6(2), 100-111.