

Data Hasil Wawancara Informan

Endank Soekamti

Narasumber : Erix Kristanto

(Creative director album Soekamti Day sekaligus vokalis band Endank Soekamti)

Keterangan : P = Penulis, EK=Erix Kristanto

Komunikasi pemasaran melalui internet

1. *P : Saluran komunikasi apa saja yang digunakan oleh endank soekamti dalam penjualan album soekamti day?*

EK : *Ya.. konvensional sama digital. Kalau konvensional, ya kita lakukan lewat radio, kalau digital yoo internet dari youtube media sosial facebook instagram..*

2. *P: Mengapa Endank Soekamti memakai radio sebagai media konvensional dalam pemasarannya?*

EK : *Hal-hal konvensional yang jaman dulu kita lakukan promo radio tour, dari awal soekamti membuat album ya,, lewat radio, awal soekamti terkenal ya,, lewat radio, dulu membuat demo lagu sendiri terus memasukkan lagu ke radio, nah.. kita yang request sendiri akhirnya menjadi top request di radio Geronimo FM. Ya ini salah satu alasan sampai sekarang pakai radio*

3. *P : Informasi apa saja untuk mendukung promosi album soekamti day?*

EK : *lewat video yang di channel endank soekamti yang segmenya pasti kamtis, terus dari Does sendiri yang malah segmennya gak cuma kamtis saja, tapi banyak kalangan yang mengikuti.*

4. *P : Melalui media apa saja pemasaran yang dilakukan melalui internet ?*

EK : Salah satu jalan yang bisa kita lakukan dengan mudah murah meriah ya... *online*, bikin portal sendiri *belialbumfisik.com*. Dari situ siapapun bisa mengakses, barang langsung kita kirim .

5. *P : Mengapa penjualan album Endang Soekamti saat ini memakai portal belialbumfisik.com?*

EK : Karena kita *gak* punya toko. *La...* sekarang toko-toko yang jualan kaset fisik *sopo?* Koyo jaman *ndisek* popey *bangkrut kabeh*, karena *gak* semua musisi masih menjual fisik. *Record label* sekarang yang besar-besar *gak* jualan fisik *gitu*, jualannya digital semua. Jadi kita yang jualan fisik bikin metode penjualan sendiri.

6. *P : Berbentuk apa saja iklan yang disampaikan melalui internet ?*

EK: *yaa* kalau bisa semua promo *ya...* semua aset media yang kita punya *ya..* kita pakai *lah*, tidak cuma *divideo* tapi *diaset* sosial media di *fecebook instagram*, semua kalau bisa kita pakai. *Ya..* itu cara kita berkomunikasi dengan *kamtis family* dengan mudah *too..*

7. *P: apa yang menjadi keunggulan pemasaran album soekamti day melalui internet dibandingkan media lain?*

EK: kenapa kita bikin distribusi langsung sendiri dan didistribusikan *kekamtis* di *kamtis stroe*. Untuk itu evolusi yang terjadi dari *ee..* ranah konvensional, *nah* yang digital *ya* kita kembangkan melalui *belialbumfisik.com* terlepas *ngomongin streaming* dan *sportifev yaa.. ngomongin cd* lewat online itu *yaa*

8. *P: Efektifkah pemasaran album soekamti day melalui internet?*

EK: *ya* menurutku efektif.. yang target awalnya 5000 sekrang produksi terus untuk *soekamtiday*, album sebelumnya juga kita produksi lagi tapi *gak ngoyo*, itu buat kebutuhan pengkoleksi yang cari

9. *P: Apa yang membuat dasar Endank Soekamti membuat album berbentuk boxset dengan promosinya berbentuk video yang diupload di youtube?*

EK: Kita *udah* punya tim kreatif berarti kita akan buat produk kreatif, kita punya tim *audio visual* berarti kita punya banyak konten *visual* juga yang akan digunakan sebagai *tools* untuk berpromosi.

10. *P: Mengapa album soekamti hanya menargetkan 5000 album diawal?*

EK: *ya* dari awal *boxset* dulu angka 8 memang dari 5000dulu, kita sudah persiapkan sebelumnya, biaya produksi juga sudah disiapkan sebelumnya. Kalau permintaan banyak *yaa* di produksi lagi. Jadi sebelumnya memang sudah kita *briefing* sudah kita petakan itu kenapa kita bikin produk seperti itu ada alasanya dan kenapa kita cetak cuma 5000an aja itu ada alasanya berdasarkan pemetaan fans *sebelum...sebelum* kita bikin karya *malahan* jadi sudah ada siapa yang beli dan yang akan beli

11. *P: Mengapa Endank Sokamti membuat live streaming untuk mempromosikan album ketujuh ini?*

EK: kalau masalah *streaming launching* itu *malah* menurutku bukan strategi promo tapi *ya* memang acara *launching partynya* itu *nah* kenapa kita *streaming*, *yaaa* biar yang nonton juga yang bukan datang saja diacara itu, kalau *pas* itu *down* kita salah riset, kirain yang nonton cuma dikit ternyata banyak. Yang nonton malah bukan dari kamtis *doang* banyak orang pengamat musik *pengen* nonton *pengen ngerti*. *Band-band* lain kadang juga *pengen ngerti* buat *study banding*.

12. *P: Apakah pemasaran album soekamti day lebih produktif dibandingkan pemasaran album soekamti yang lain melalui internet?*

EK: Ada pasti ada karena orang mulai teredukasi *too*, *ngerti* budayanya baru *nih* sekarang budayanya untuk mengkonsumsi musik itu bukan hanya *download tok loh*,, bukan hanya CD *tok* tapi sudah mulai dikoleksi karena ada yang hampir seluruh dikoleksi. Sudah mulai sadar *gitu loh* karena korban *kitayak* pertama, kedua, ketiga sudah mulai *ngerti*,, aku yakin yang keempat nanti itu sebelum album sudah rilis mereka sudah bersiap-siap, jadi ketika *preorder* kita buka mereka *gak kaget* lagi dan aku yakin semakin kesini semakin bagus karena sudah terbudaya

Memilih pesan

13. *P : Apa yang menjadi pesan promosi album soekamti day?*

EK: *Laiya* memang tidak semuanya bisa membeli tapi pasti ada yang bisa membeli jadi kita bebaskan mereka mau cari yang *gratisan* kita sediakan, mereka mau beli yang murah kita juga ada, mereka mau beli yang premium ada juga *gitu loh*, ya itu bagian dari edukasi kita *ke...penikmat musik indonesia*

14. *P : Bagaimana endank soekamti bisa mendapatkan perhatian, minat, dan tindakan atau pembelian dari konsumen terkait album soekamti day?*

EK : *nah* itu kita mulai dari sekarang album soekamti mulai angka8 tahun 2012 kita modif, yang dulunya orang jualan cd aja, kita gak jualan cd tapi bentuk satu paket komplit, didalamnya ada *dvd film* nya proses pembuatan album dikerjakan, jadi tidak hanya menikmati musiknya tapi prosesnya juga kita jual kita *open* kita tawarkan ke *kamtis family* untuk dinikmati jadi orang *tau* prosesnya gimana

Komunikasi pemasaran digital

15. *P : Apa saja yang ditawarkan oleh endank soekamti dalam cara pemasaran kepada konsumen?*

EK: *nah album fisik juga kita inovasi, seharusnya fisik juga harus berevolusi, semakin kesini semakin bermacam-macam... nah itu kita mulai dari sekarang album soekamti mulai angka 8 tahun 2012 kita modif, jadi tidak hanya menikmati musiknya tapi prosesnya juga kita jual, kita open, kita tawarkan ke kamtis family untuk dinikmati. Jadi orang tau prosesnya gimana disitu juga ada bukunya ada t-shirt nya ada sertifikat kepemilikan, ada doptext kamtis army jadi setiap penjualan itu ada serial numbernya, namanya yang beli juga.. jadi memang arahnya ke premium eksklusif. Beda to kl cd kan cuma 30ribu kalau ini ya kita jual 250 -350ribu*

16. *P: Apakah dengan menggunakan youtube sebagai media komunikasi pemasaran bisa efektif? Apa memang sudah direncanakan sebelumnya?*

EK: *Does itu promo pre order itu yaa? Justru does itu membuka peluang baru karena ternyata penonton does itu gak cuma kamtis kalau penonton historis soekamtiday udah pasti kamtis, segmennya lain karena historis soekamtiday tayangnya cuma buat soekamti penggemarnya ya kamtis, kalau does enggak, karena does itu dapat menjaring segmen-segmen baru yang jamannya dulu hilang balik lagi yang sudah bekerja, yang musiknya sudah gak nyambung lagi jadi konek lagi nah ini kesempatan buat aku untuk mempromosikan boxset karena segmennya lain didoes*

17. *P: Efektifkah cara pemasaran tersebut untuk mendapatkan konsumen yang lebih baik?*

EK: apakah kamtis bisa beli itu *kan?* *yaa* itu bagian dari edukasi kita *ke...*penikmat musik indonesia bahwa, *nek* kamu bisa berkontribusi dalam bentuk apapun untuk idolamu, mengapresiasi itu segalanya *macem-macem*, tidak hanya membeli *boxset* premium yang mahal, kamu bisa juga datang kekonsernya walaupun kamu cara menikmati musiknya *streaming gratisan* tapi ternyata efek lain tiap konser dia datang bayar 20rb bayar tiket itukan *evort* juga.. ada *evortnya* juga itu bentuk apresiasi jadi kita bebasakan untuk mereka memilih menikmati karya kita,, *nah* beberapa orang yang memang sudah bekerja, mereka pengen koleksi *ya..* memang mau membeli

18. P: *Dari segi geografis, sampai mana album endank soekamti terjual ?*

EK: Kalau internet itu kamu gak melihat kedaerahan lagi, *global*. Kita *ngirim* sampai Kanada, yang terakhir *film vlogfest* itu sampai ke *Hollywood*, terus nanti juga banyak *TKI* di luar negeri membeli..

19. P: *Untuk album selanjutnya apakah dengan cara seperti album sekrang keluar kota dan dikarantina dalam pembuatannya ?*

EK: Orang menyenangkan *kok*, piknik *kok*

20. P : *Bagaimana cara Endank soekamti mengcover keungan untuk produksi album diluar kota dengan cara dikarantina?*

EK: Ya kita memang berusaha cari sponsor, *yaa* kalau *pun enggak..* sebenarnya *itung-itungannya* sudah jelas *too* produksinya berapa, *yaa* nanti target penjualannya berapa *yaaa* kalau dapat sponsor *ya alhamdulillah* sudah tercover dari awal, kalau gak dapat *ya* kita tetap *runing* terus,,

21. *P : Apakah boxset endank ini berdampak ke band-band lain?*

EK :“Ya... seperti *Last Goal Party* itu yaa? Yaaa.. sekarang hampir *temen-temen* yang aku kenal *sih* arahnya kesana, Marcel juga bikin.. penyanyi solo, Raisa *jugak* bikin..”.

22. *P: Dengan suksesnya penjualan album endank apakah ada peluang bisnis baru yang dibuat?*

EK: *Yaa* pasti di kembangkan, kalau sama *ya* yang kemarin juga berhasil tinggal dikembangkan lagi, *yaa* selanjutnya saya belum *ngerti* mau gimana *yaa surprise* aja, kita *senengane mepet-mepet kok ..*