

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL PRODUSER MUSIK STUDIO 23 DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN DI KOTA SAMARINDA

Jondry Rusadi Irwando¹

Abstrak

Jondry Rusadi Irwando, 2017, Efektivitas Komunikasi Interpersonal Produser Musik Studio 23 Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di Kota Samarinda, di bawah bimbingan Ibu Inda Fitryarini, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing I dan Ibu Kezia Arum Sary S.Ds., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing II, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

Studio rekaman menyediakan jasa seorang produser musik yang berguna sebagai sarana penuntun para pelanggan untuk memberikan pemahaman-pemahaman tentang apa yang lebih baik untuk mereka lakukan saat menjalani proses rekaman. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif, sedangkan yang menjadi fokus penelitian ini adalah lima kualitas umum dalam efektivitas komunikasi interpersonal, yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Lokasi penelitian ini bertempat di jalan Slamet Riyadi gang Manunggal 6, nomor 23 Samarinda, Kalimantan Timur. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah purposive sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan observasi, wawancara, dan penelitian pada dokumen serta arsip-arsip yang bersangkutan dengan penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah Model Interaktif.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeksripsikan dan menganalisis efektivitas komunikasi interpersonal produser musik studio 23 dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di Kota Samarinda dengan menggunakan fokus penelitian keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Temuan di lapangan yakni profesi seorang produser harus memiliki keterbukaan untuk mengetahui keinginan klien / pelanggan terlebih dahulu agar dapat mengenali karakter pelanggan. Sikap empati dilakukan dengan berusaha secara kooperatif membantu pihak klien untuk terus mengasah dan mengembangkan bakat bermusik dan kepekaan yang tinggi dalam meraih cita-cita bermusik. Sikap mendukung produser tidak lain sebagai bagian dari cara produser untuk memotivasi para klien-kliennya.

Kata Kunci: *efektivitas, komunikasi interpersonal, loyalitas*

¹ Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: jondryri@gmail.com

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia usaha merupakan hal yang tak terelakkan dalam ekonomi pasar seiring dengan tumbuhnya perekonomian. Persaingan memaksa perusahaan menerapkan konsep yang berbeda dengan perusahaan lain untuk dapat memajukan perusahaan. Perusahaan perlu menerapkan berbagai bentuk komunikasi untuk membuat pelanggan merasa nyaman dan kembali menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Beraneka bisnis dapat digarap oleh pengusaha termasuk bisnis di industri hiburan salah satunya adalah industri musik. Terlihat pada bisnis-bisnis studio musik yang bermunculan di berbagai daerah untuk menawarkan jasa-jasa yang mampu menunjang kepuasan para pelaku musik. Hal ini mendorong para pelaku bisnis di industri musik membuka sebuah studio rekaman, yakni sebuah bentuk bisnis yang menjadi sarana bagi para pelaku ataupun khalayak yang memiliki kepentingan di bidang musik untuk menyalurkan karya-karya serta kreativitas mereka pada bidang musik.

Beberapa studio rekaman besar menyediakan jasa seorang produser musik yang berguna sebagai sarana penuntun para pelanggan untuk memberikan pemahaman-pemahaman tentang apa yang lebih baik untuk mereka lakukan saat menjalani proses rekaman. Proses rekaman merupakan salah satu bagian terpenting bagi seorang produser untuk mengenali pelanggannya. Produser musik juga berperan penting dalam pengemasan karya sebuah pelanggan, karena dengan wawasan musik yang lebih luas, seorang produser musik pasti lebih memahami kebutuhan dalam memanjakan telinga pendengar.

Pengembangan profesi ini ternyata membuahkan hasil yang menakjubkan. Pendekatan seorang produser musik kepada sebuah grup musik ataupun penyanyi, ternyata banyak memberikan pengaruh yang baik terhadap *mood* dan mental seseorang yang akan menjalani proses rekaman. Sehingga pada akhirnya terciptalah kualitas hasil rekaman yang baik. Hal ini terbukti pada saat *George Martin* menduniakan grup musik legendaris eropa bernama *The Beatles*. Dirinya telah menerapkan pengembangan profesi ini dengan sangat baik, sehingga pada akhirnya *The Beatles* mempercayakan proses seluruh albumnya untuk diproduksi oleh *George Martin*. Sejak saat itu, peran dan pendekatan *George Martin* dalam membina grup musik *The Beatles* telah banyak ditiru oleh produser-produser musik di seluruh dunia. (sumber : www.bbc.com, diakses pada tanggal 9 Januari 2017).

Flood (Produser *Nine Inch Nails* dan *U2*) menjelaskan bahwa untuk memancing kreativitas artis biasanya ia hanya duduk sehari-hari di studio dan mengawasi proses rekaman sembari sekali-sekali berkomentar, “kedengarannya bagus, lanjutkan!” Hari-hari berikutnya produser biasanya menciptakan situasi yang menyenangkan demi memotivasi artis untuk mencapai hasil yang maksimal. Sebaliknya, sebagian produser juga melakukan semua hal dalam proses rekaman. Terkadang produser juga berfungsi sebagai perangsang kreativitas.

Mochamad Noerwana alias Noey, seorang produser musik asal Kota Bandung yang dapat merepresentasikan kekuatan kutub industri musik yang sedang berkembang. Noey adalah salah satu personel grup musik Java jive, sebuah grup musik yang tenar pada era 90an di industri musik Indonesia. Noey sendiri telah sukses menggarap album-album grup musik besar di Indonesia seperti Peterpan, Letto, dan Nidji. Menurut Noey, seorang produser musik harus bisa memberikan solusi ketika sebuah grup musik atau penyanyi memiliki hambatan kreativitas di dalam proses rekaman. Di sisi lain, produser musik juga harus bisa menjaga *mood* dan suasana kliennya saat proses rekaman berlangsung. Tetapi yang paling mendasar, seorang produser musik harus memiliki wawasan musik yang luas agar dapat mengarahkan kliennya untuk menghasilkan musik atau lagu yang bisa diterima masyarakat dan dapat dipertanggung jawabkan secara seni.

Persiapan menggarap sebuah lagu atau album, seorang produser memiliki peran dalam mengetahui musik yang diinginkan kliennya. Oleh karena itu, seorang produser musik harusnya berkomunikasi secara intensif dengan kliennya terlebih dahulu, sebelum menjalani proses rekaman. Produser musik dapat dikatakan sebagai penengah antara ego masing-masing personil grup musik. Sehingga dalam perdebatan diantara masing-masing personil, produser harus bisa mengambil keputusan yang memuaskan kedua belah pihak. Bagi Noey, produser musik yang baik akan berusaha untuk melakukan pendekatan semaksimal mungkin untuk mengeluarkan bakat terpendam yang kadang sering tidak disadari oleh kliennya. (Putranto, 2009: 64).

Rakhmat (2005: 13) mengungkapkan bahwa suatu jalinan dapat menentukan harmonisasi. Jalinan yang dimaksud adalah jalinan antar individu yang terbentuk melalui komunikasi, baik itu jalinan formal maupun jalinan informal. Salah satu model komunikasi yang dapat membentuk keharmonisan antar manusia adalah komunikasi interpersonal.

Saat berinteraksi, setiap individu pasti akan melakukan kegiatan berkomunikasi baik secara verbal maupun nonverbal. Dalam berkomunikasi terdapat beberapa komponen yaitu komunikator, pesan, media, dan komunikan, serta umpan balik. Komunikasi biasanya terjadi secara dua arah, namun sering kali terjadi gangguan ataupun hambatan yang mengakibatkan tidak efektifnya suatu komunikasi. Gangguan atau *noise* dalam penyampaian pesan dapat diakibatkan oleh faktor internal dan juga eksternal.

Seperti halnya proses konsultasi seorang pelaku musik dan seorang produser musik di dalam sebuah studio rekaman yang melibatkan situasi interaksi berbasis komunikasi. Sejumlah orang yang berinteraksi saat ini dan kedekatan fisiknya mempengaruhi jumlah dan jenis timbal balik, dan sejauh ini komunikator mengadaptasikan pesan-pesan mereka terhadap satu sama lain, memformalkan peranan mereka dan mempersiapkan rencana tujuan-tujuan mereka.

Pengaruh jumlah dan jenis timbal balik pada perilaku manusia dipengaruhi oleh konsep diri yaitu bagaimana cara memandang pada diri kita sendiri dan bagaimana orang lain memandang diri kita. Selain konsep diri, persepsi

interpersonal, atraksi interpersonal, dan hubungan interpersonal memberi kontribusi besar pada keberhasilan komunikasi interpersonal untuk mempertahankan loyalitas seorang pelanggan kepada sebuah perusahaan yang lebih efektif.

Industri musik terutama studi musik tidak hanya eksis di Kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta dan Surabaya yang telah banyak menelurkan bakat-bakat pemain musik kenamaan. Di Kota Samarinda, beberapa studio musik telah menawarkan jasa yang serupa, diantaranya adalah jasa rental studio musik dan *recording*. Pada umumnya, setiap studio musik di Kota Samarinda selalu menawarkan jasa rental studio musik sebagai bisnis yang dianggap wajib dimiliki sebuah studio musik. Namun di Kota Samarinda hanya ada tiga studio musik yang menawarkan jasa rekaman, yaitu Studio 23, Legend Studio dan Studio Enggang Borneo. Ketiga studio ini memiliki metode yang berbeda serta keunggulannya masing-masing yang telah lama mereka terapkan sebagai bentuk strategi dalam pengembangan jasa studio musik.

Berkembangnya bisnis-bisnis studio rekaman di Kota Samarinda didorong dengan maraknya acara-acara serta program musik yang melibatkan kalangan masyarakat, khususnya para pelaku musik di Kota Samarinda. Beberapa faktor yang mendukung dibutuhkan studio rekaman di Kota Samarinda yaitu festival musik tahunan, label-label musik lokal di Kota Samarinda serta hadirnya program-program musik radio di Kota Samarinda.

Tabel 1.2 Keunggulan dan kekurangan studio rekaman di Kota Samarinda berdasarkan pengalaman dari informan.

Nama Studio	Keunggulan	Kekurangan
Studio Legend	Harga murah dan waktu rekaman fleksibel	Tidak ada pengarahan saat rekaman dan waktu terbatas (5 jam per lagu).
Studio 23	Waktu tidak terbatas dan mendapat bantuan produser untuk konsultasi arransemen maupun <i>directing</i>	Harga mahal dan pengerjaan lagu lambat (<i>mixing</i>)
Enggang Borneo	Pengerjaan cepat dan bebas revisi ulang (<i>Remix</i>)	Harga tidak menentu, tergantung dari tingkat kesulitan jenis musik yang diinginkan.

Sumber: Hasil wawancara dengan informan pada tanggal 15 Februari 2017

Berdasarkan data tabel di atas, setiap studio rekaman memiliki keunggulan dan kekurangan masing-masing. Menurut informan, kebutuhan setiap pelanggan dapat dilihat dari keunggulan yang ada pada masing-masing studio rekaman

tersebut. Contohnya jika seorang pelanggan menginginkan hasil yang cepat, maka sebaiknya menggunakan jasa Studio Enggang Borneo, lalu jika ada seorang pelanggan yang ingin merekam karyanya namun dirinya tidak cukup kreatif ataupun memiliki berbagai hambatan dalam proses rekaman, maka sebaiknya menggunakan jasa Studio 23, dan jika seorang pelanggan ingin rekaman namun memiliki dana yang rendah, maka sebaiknya menggunakan jasa Studio Legend.

Berdasarkan fenomena serta data-data studio rekaman yang telah peneliti paparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa Studio 23 adalah satu-satunya studio rekaman di Kota Samarinda yang memiliki sistem pelayanan berbasis pendekatan Komunikasi Interpersonal. Hal ini berkaitan dengan peran produser musik yang sebelumnya telah dipaparkan oleh Wendy Putranto dalam bukunya yang berjudul *Rolling Stone Music Biz* (Putranto, 2009: 64).

Berangkat dari hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh produser musik Studio 23, karena melihat maraknya pergerakan acara-acara serta program musik yang terus berjalan rutin setiap tahunnya dan mendorong minat para pelaku musik serta masyarakat untuk mengenal bisnis studio rekaman.

Studio 23 berlokasi di Jalan Slamet Riyadi Gang Manunggal 6 nomor 23. Studio 23 dirikan pada tahun 2000 oleh Sofyan Ridho, selaku *owner*. Sofyan Ridho memulai bisnis rental studio band sebagai jasa pertama yang ditawarkan oleh Studio 23. Melihat banyaknya potensi grup musik di Samarinda yang menampilkan karya-karya mereka sendiri, pada tahun 2003 Studio 23 mulai berkembang dan membuka jasa studio rekaman pada saat itu. Hingga pada tahun 2009, Studio 23 telah merekrut seseorang yang berpotensi untuk menjalankan profesi sebagai produser musik dan membuka jasa pembuatan musik (*Arranger Music*), yaitu Muhammad Reza Fahlevi. (hasil wawancara dengan Sofyan Ridho pada tanggal 7 Desember 2016).

Berdasarkan pendapat Muhammad Reza Fahlevi selaku produser musik Studio 23, produser musik adalah sebuah pekerjaan di bidang kreatif. Pada dasarnya pekerjaan sebagai produser musik mewajibkan setiap pelakunya untuk mengembangkan ide-ide dan mendengarkan banyak lagu secara *universal*, tanpa mementingkan selera pribadi. Karena berbicara tentang pelayanan, berarti seorang pelanggan harus terpenuhi keinginannya.

Berdasarkan pernyataan proses kerja yang diterapkan oleh produser musik Studio 23, setiap pelanggan memiliki latar belakang serta ego yang berbeda-beda, sehingga dalam menangani pelanggannya, produser musik Studio 23 harus melaksanakan konsultasi berulang kali kepada setiap tahapan guna memahami selera dan keinginan, serta hambatan-hambatan psikologis para pelanggan. (hasil wawancara dengan Muhammad Reza Fahlevi, pada tanggal 18 Februari 2017).

Jika produser musik Studio 23 menggunakan sarana konsultasi dalam berbagai tahapan kerjanya, maka produser musik Studio 23 harusnya memiliki kemampuan berkomunikasi yang memadai agar dapat memberikan pengarahan serta mengurangi terjadinya kemungkinan *miss communication* pada pelanggan, sehingga diperlukan komunikasi interpersonal yang baik dalam melakukan

pendekatan kepada pelanggan agar kedua belah pihak dapat saling mengerti dan saling memuaskan.

Sistem-sistem yang diterapkan oleh produser musik Studio 23 telah dipercaya oleh *owner* Studio 23 sebagai sebuah cara untuk mempertahankan loyalitas para pelanggan, karena melihat adanya sebuah inisiatif moral dan dukungan dari produser musik Studio 23 yang memungkinkan para pelanggan merasakan sebuah kenyamanan dari inisiatif tersebut. Seperti adanya tahapan konsultasi, masukkan saran dan ide, serta adanya pembinaan yang pada umumnya tidak harus dilakukan, namun secara tidak langsung hal itu menjadi salah satu strategi yang mampu mengembangkan rasa loyal para pelanggan terhadap Studio 23 (hasil wawancara dengan Sofyan Ridho, pada tanggal 20 Februari 2017).

Berdasarkan fenomena dan data-data yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk meneliti efektivitas komunikasi interpersonal produser musik studio 23 dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di Kota Samarinda.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana efektivitas komunikasi interpersonal produser musik studio 23 dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di Kota Samarinda?”

Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis dan mendeskripsikan efektivitas komunikasi interpersonal produser musik studio 23 dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di Kota Samarinda.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat digunakan untuk menambah wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan Ilmu Komunikasi khususnya yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada para pelaku musik agar lebih memahami tentang perkembangan bisnis industri musik di Kota Samarinda serta memberikan informasi dan referensi khususnya bagi para mahasiswa Ilmu Komunikasi yang akan melakukan penelitian sejenis.

KERANGKA DASAR TEORI

Teori Sensitivitas Retoris

Bocher & Kelly (dalam Devito, 1997: 259) memaparkan bahwa komunikasi yang efektif muncul dari sensitivitas dan peduli dalam menyelesaikan apa yang dikatakan kepada komunikan. Sensitivitas retoris mewujudkan kepentingan sendiri, kepentingan orang lain, dan sikap situasional.

Teori ini didukung oleh sudut pandang *humanistic* yang menekankan pada keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan yang menciptakan interaksi bermakna, jujur, dan memuaskan.

Efektivitas

Menurut Handoko (2001: 44), efektivitas merupakan kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas juga dapat diartikan sebagai kemampuan organisasi untuk mencapai segala keperluannya. Ini berarti bahwa organisasi mampu menyusun dan mengorganisasikan sumber daya untuk mencapai tujuan (Hodge 1984: 299)

Komunikasi Interpersonal

Menurut Devito (dalam Effendy, 2003: 30), komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang serta penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya serta dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera.

Komunikasi interpersonal juga dapat diartikan sebagai proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya (Muhammad, 2005: 159)

Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Menurut Devito (1997: 259-264) komunikasi interpersonal yang efektif dimulai dengan lima kualitas umum atau biasa disebut efektivitas komunikasi interpersonal yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*emphaty*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*) dan kesetaraan (*equality*).

Klasifikasi Komunikasi Interpersonal

Pada kutipan Muhammad (2005: 159-160) mengembangkan klasifikasi komunikasi interpersonal menjadi interaksi intim, percakapan sosial, interogasi ataupun pemeriksaan serta wawancara.

Tujuan Komunikasi Interpersonal

Muhammad (2005: 165-168) memaparkan beberapa tujuan komunikasi interpersonal yaitu menemukan diri sendiri, menemukan dunia luar, membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti, merubah sikap dan tingkah laku, untuk bermain dan kesenangan, dan untuk membantu.

Produser Musik

Produser musik adalah sebuah profesi yang berfungsi untuk memantau para musisi atau penyanyi yang sedang melaksanakan proses rekaman musik atau lagu. Jika seorang musisi terdengar salah dalam memainkan musik atau suara seorang penyanyi terdengar sumbang saat menjalani proses rekaman, maka tugas produser adalah menuntut rekaman ulang sampai semuanya terdengar layak. Produser

memiliki tanggung jawab dalam mengamati lagu atau musik yang diajukan oleh pelanggannya, menuntun aransemen dan komposisi sebuah musik dan memastikan petugas studio rekaman telah merekam penampilan tersebut dengan kualitas terbaik. (Putranto, 2009 : 90).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek apa adanya (Sugiyono, 2009: 58).

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi. Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan, maka yang menjadi fokus penelitian adalah 5 kualitas umum dalam efektivitas komunikasi interpersonal, yaitu: keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. (Devito, 1997: 259-264)

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian penulis ini bertempat di jalan Slamet Riyadi, gang Manunggal 6, nomor 23 Samarinda, Kalimantan Timur.

Sumber dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan informan yang dianggap sebagai sumber memperoleh data untuk penulisan skripsi ini. Peneliti memperoleh data dari informan kunci dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah metode penetapan sample berdasarkan kriteria tertentu dimana penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sangadji dan Sopiah, 2010: 189).

Adapun pertimbangan diatas bertujuan agar informan mampu memberikan data secara maksimal. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah:

1. Muhammad Reza Fahlevi (Produser Musik Studio 23)
2. Sofyan Ridho (*Owner* Studio 23)
3. Rio Satrio (Pelanggan Studio 23)

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yaitu dengan menggunakan penelitian lapangan (*Field Work Research*), peneliti langsung mengadakan penelitian ke lapangan dengan menggunakan beberapa cara yaitu observasi dan wawancara.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Menurut hasil observasi peneliti selama berada di lapangan, peneliti melihat adanya proses komunikasi interpersonal yang efektif antara produser musik Studio 23 terhadap pelanggan. Efektivitas komunikasi interpersonal yang terjadi di lapangan tersebut akan peneliti paparkan sesuai dengan fokus penelitian yang terbagi menjadi 5 kualitas umum sebagai berikut :

1. Keterbukaan

Selama berada di lapangan, peneliti melihat beberapa metode yang dilakukan oleh produser musik Studio 23 seperti konsultasi, proses penggalian karakter pelanggan, serta berbagi pengalaman. Metode ini dilakukan ketika produser musik merasa pelanggannya memiliki sebuah hambatan seperti keterbatasan ide dalam bermusik. Pelanggan yang berada pada situasi ini akan cenderung mengulang-ulang proses rekaman dengan komposisi bermusik yang tidak konsisten dan lebih sering melakukan kesalahan. Produser musik kemudian memiliki inisiatif untuk menggali kreativitas pelanggan dengan mempertanyakan tentang *influence* bermusik ataupun sasaran bermusik yang dituju. Proses komunikasi ini bertujuan untuk membangun ide pelanggan dan mendapatkan gambaran terbaik yang diinginkan oleh pelanggan agar produser musik dapat memberikan masukan serta ide-ide lain yang mungkin bisa dijadikan ide cadangan yang lebih baik dan nyaman untuk direkam oleh pelanggan. Proses penggalian kreativitas ini tentunya membutuhkan sebuah keterbukaan dari seorang pelanggan untuk memberikan informasi musik yang ada pada dirinya. Selain itu, keterbukaan seorang produser musik juga dibutuhkan dalam menerima selera bermusik pelanggan yang beraneka ragam. Dalam hasil observasi tersebut, peneliti telah melihat adanya proses keterbukaan produser musik Studio 23 kepada pelanggannya, serta cara-cara yang efektif untuk mendapatkan keterbukaan seorang pelanggan.

2. Empati

Selama berada di lapangan, peneliti melihat adanya beberapa hambatan-hambatan pelanggan yang sering terjadi di lapangan. Produser musik Studio 23 memiliki rasa empati yang tinggi terhadap pelanggan. Hal ini dibuktikan pada saat produser musik mencoba menawarkan bantuannya sebelum pelanggan meminta bantuan tersebut. Menurut pendapat produser musik, Pelanggan pada umumnya akan cenderung mengulang-ulang kesalahannya di hadapan produser musik dan berharap produser musik akan memberikan solusi. Harapan tersebut tidak dapat dinyatakan langsung oleh pelanggan karena beberapa faktor seperti malu, takut mengekspresikan diri, dan segan terhadap kedudukan seorang produser musik. Oleh karena itu, produser musik mensiasati kelemahan tersebut dengan pembicaraan santai dan dilanjutkan

dengan memberikan solusi yang mudah diterima. Dari hasil observasi tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa produser musik memiliki rasa empati yang tinggi.

3. Sikap Mendukung

Selama berada di lapangan, peneliti sering mendengar kata-kata dari produser musik yang bersifat memotivasi pelanggan seperti “Keren! Kalau begini, yang nasional juga bakal lewat.” dan “Ayo, coba lagi yang lebih keren.” Kata-kata tersebut sering terdengar ketika pelanggan merasa tidak percaya diri dengan apa yang telah ia rekaman atau ketika pelanggan merasa asing dengan proses rekaman. Pelanggan yang pada umumnya terbiasa menampilkan kemampuannya di atas panggung, kini harus menampilkan kemampuannya secara langsung di dalam sebuah ruangan tertutup dan berharap hasil dari kreativitasnya telah terekam dengan sempurna di mata produser musik yang pada saat itu mengawasi. Pada situasi ini, produser musik Studio 23 berinisiatif untuk menjadi sosok yang terlihat bijak dengan melontarkan kata-kata yang dapat memberikan motivasi agar pelanggan menjadi lebih tenang dan tidak kaku saat menjalani proses rekaman. Dorongan motivasi yang keluar dari inisiatif produser musik juga bertujuan untuk menghilangkan rasa asing pelanggan terhadap sosok produser musik maupun terhadap suasana hati pelanggan yang berubah-ubah saat menjalani proses rekaman. Dari hal-hal tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa produser musik Studio 23 memiliki sikap memotivasi yang baik terhadap pelanggan.

4. Sikap Positif

Selama berada di lapangan, peneliti menemukan fakta bahwa Produser Musik Studio 23 adalah seseorang yang mampu dan piawai dalam memainkan berbagai alat-alat musik. Hal ini menjadi modal yang mendasar pada produser musik untuk melakukan sikap positif terhadap pelanggan yang memiliki keterbatasan dalam memainkan alat-alat musik. Ketika menangani keterbatasan pelanggan dalam menguasai alat-alat musik, tidak jarang produser musik turut membantu untuk memainkan komposisi musik yang akan direkam. Produser musik tidak memaksakan pelanggan harus sangat piawai dalam memainkan alat-alat musiknya, namun produser musik juga tidak merasa keberatan untuk membantu kesulitan-kesulitan pelanggan dalam memainkan alat-alat musik. Selain itu, produser musik juga kerap memberikan referensi yang cocok sebagai bahan-bahan pertimbangan yang akan disalurkan ke dalam lagu pelanggan. Hal ini akan dilakukan jika produser musik merasa apa yang direkam oleh pelanggan kurang cocok ataupun kurang bagus untuk didengarkan kepada khalayak. Namun produser musik juga tidak memaksakan kehendak sendiri melainkan hanya menyarankan yang terbaik menurut sudut padangnya sebagai produser musik yang telah berpengalaman mengamati berbagai jenis musik di taraf nasional. Berdasarkan perilaku serta sikap tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa produser musik memiliki akredibilitas yang tinggi di bidang musik serta pengalaman yang bermanfaat kepada

pelanggan sebagai sarana edukasi. Hal ini merupakan wujud dari sikap positif produser musik terhadap pelanggan.

5. Kesetaraan

Selama berada di lapangan, peneliti memperhatikan status kedudukan Produser Musik Studio 23 dan pelanggan. Pelanggan yang berhadapan dengan produser musik lebih cenderung akan merasa segan dan takut. Namun produser musik sebagai pihak yang membutuhkan pelanggan tidak merasa memiliki kedudukan yang tinggi di atas pelanggan. Produser musik justru memberikan kesan santai dan akrab terhadap pelanggan sehingga rasa tegang pelanggan terhadap sosok produser musik perlahan dapat menghilang. Selama proses rekaman berlangsung, produser musik mencoba untuk memberikan persepsi bahwa tidak ada jarak diantara dirinya dan pelanggan. Sehingga pada akhirnya mereka saling menyadari bahwa dari pihak pelanggan maupun produser musik ada rasa saling membutuhkan dan saling berkepentingan.

Dari hasil keterangan yang peneliti paparkan di atas, peneliti akan menjelaskan efektivitas komunikasi interpersonal yang terjadi di Studio 23 berkaitan dengan teori yang peneliti gunakan, yaitu teori Sensitivitas Retoris. Komunikasi yang efektif muncul dari sensitivitas dan peduli dalam menyelesaikan apa yang dikatakan kepada komunikan. Sensitivitas retoris mewujudkan kepentingan sendiri, kepentingan orang lain, dan sikap situasional. Adapun hasil analisa peneliti yang berkaitan dengan teori Sensitivitas Retoris sebagai berikut.

Dalam mencapai kepentingan sendiri, pada saat menjalani proses rekaman, produser musik Studio 23 telah memberikan berbagai inisiatif serta sikap positif kepada pelanggan yang memiliki hambatan. Segala sikap positif dan empati kepada pelanggan yang dilakukan oleh produser musik Studio 23 adalah sebagai kepentingan diri sendiri dalam hal pembelajaran dan pengembangan skill dibidang musik serta meningkatkan kualitas diri sebagai produser musik. Untuk meningkatkan profesi sebagai produser musik, dibutuhkan berbagai tantangan serta pemikiran-pemikiran bermusik yang luas. Profesi sebagai produser musik adalah sebuah profesi di bidang kreatif. Oleh karena itu, produser musik Studio 23 tidak hanya membutuhkan profit dari seorang pelanggan melainkan tantangan-tantangan yang bermanfaat bagi diri sendiri. Jika dikaitkan dengan 5 kualitas umum efektivitas komunikasi interpersonal, dalam mewujudkan kepentingan sendiri, produser musik Studio 23 lebih menekankan untuk bersikap positif kepada pelanggan agar dapat memenuhi kepentingan dirinya.

Kemudian dalam memenuhi kepentingan orang lain, produser musik Studio 23 selaku pihak yang memiliki pengalaman yang lebih pada bidang musik, memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap pelanggannya yang memiliki hambatan-hambatan dalam proses rekaman. Produser musik perlu untuk membuka identitas bermusik seorang pelanggan untuk mencapai keterbukaan yang dapat menghasilkan solusi-solusi terbaik dalam pemecahan masalah pelanggan. Produser menyadari bahwa pelanggan memiliki kepentingan

yang akan memberikan dampak baik kepada Studio 23 karena jika hasil rekaman pelanggan di Studio 23 menjadi terkenal, maka para pelaku musik yang lainnya akan mulai bertanya tentang dimana dirinya merekam karya tersebut. Pelanggan memiliki kepentingannya tersendiri seperti menjadi populer dan memiliki lagu dan rilisan album sendiri yang akan dipromosikan ke khalayak luas. Oleh karena itu, produser musik Studio 23 turut membantu memberikan ide-ide serta motivasi yang baik agar kepentingan pelanggan dalam terpenuhi. Jika dikaitkan dengan 5 kualitas umum efektivitas komunikasi interpersonal, dalam mewujudkan kepentingan sendiri, produser musik Studio 23 lebih menekankan untuk bersikap memotivasi serta menyadari adanya kesetaraan dalam hal bermusik. Kedua aspek penekanan ini, dilakukan oleh produser musik Studio 23 sebagai wujud dalam memenuhi kepentingan orang lain.

Kemudian pada wujud sikap situasional produser musik Studio 23, peneliti melihat berbagai hambatan pelanggan berbagai hambatan seperti keterbatasan ide, gugup, serta kurangnya pengalaman dalam dunia rekaman. Situasi-situasi ini mendorong produser musik Studio 23 untuk membantu pelanggan agar dapat menyelesaikan proses rekaman dengan baik. Produser musik Studio 23 mampu membaca situasi / keadaan pelanggannya. Menurut pendapat produser musik Studio 23, jika pelanggan tidak mampu menyelesaikan satu *track* instrumen dalam kurun satu jam, maka dapat dipastikan pelanggan tersebut sedang memiliki hambatan dalam proses rekaman. Pada keterangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa produser musik Studio 23 memiliki kemampuan untuk membaca situasi pelanggannya serta menunjukkan sikap-sikap positifnya di waktu yang tepat kepada pelanggan. Jika dikaitkan dengan 5 kualitas umum efektivitas komunikasi interpersonal, dalam mewujudkan sikap situasional, produser musik Studio 23 lebih menekankan untuk berempati kepada pelanggannya sebagai bentuk dalam mewujudkan sikap situasional kepada pelanggan.

Pada penelitian ini, peneliti juga telah menganalisis loyalitas pelanggan terhadap Studio 23 melalui tahap observasi dan wawancara. Pada tanggal 3 Juni produser musik Studio 23 melaksanakan penggarapan album kompilasi bertajuk *Samdays Compilation Goes To Soundrenaline 2017*. Proyek album kompilasi ini telah melibatkan beberapa musisi-musisi Kota Samarinda yang pernah menggunakan jasa Studio 23 untuk kembali menggunakan jasa produser musik studio tersebut. Di dalam proyek album tersebut, terdapat 8 grup musik yang tergabung. 4 grup musik diantaranya adalah musisi yang pernah menggunakan jasa produser musik Studio 23, Sedangkan 4 grup musik lainnya baru pertama kali menggunakan jasa Studio 23.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, pemilik proyek kompilasi *Samdays Compilation Goes To Soundrenaline 2017* telah diberikan rekomendasi oleh Rio Satrio untuk memilih produser musik Studio 23, yaitu Muhammad Reza Fahlevi sebagai seorang produser yang akan menggarap album tersebut. Hal ini kemudian disepakati oleh para grup musik yang terlibat di dalam album

kompilasi ini karena beberapa musisi yang tergabung di dalam album kompilasi tersebut pernah menggunakan jasa produser musik Studio 23.

PENUTUP

Kesimpulan

Penulis telah menyimpulkan efektivitas komunikasi interpersonal produser musik Studio 23 dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di Kota Samarinda yaitu sangat efektif. Penulis telah mengamati terjadinya efektivitas komunikasi interpersonal yang sangat efektif melalui hasil observasi di lapangan maupun ketika melakukan wawancara kepada pihak informan dan key informan.

Komunikasi interpersonal yang dibangun oleh produser musik yakni Muhammad Reza Fahlevi memiliki beberapa aspek yang baik dalam membangun loyalitas pelanggan. Oleh karena itu peneliti perlu menyimpulkan, diantaranya :

a. Keterbukaan

Dalam menangani hambatan klien / Pelanggan, produser musik Studio 23 memiliki cara serta metode dalam bentuk komunikasi interpersonal yang bertujuan untuk mengetahui keinginan serta karakter klien / pelanggan. Hal ini sangat diperlukan dalam proses penggarapan arransemen musik, membuka referensi, serta mencari komposisi musik bersama klien / pelanggan.

b. Empati

Produser memiliki tindakan yang sangat kooperatif dalam membantu pihak klien untuk terus mengasah dan mengembangkan bakat bermusik dan kepekaan yang tinggi terhadap pelanggan / klien dalam meraih cita-cita bermusik. Apabila klien merasa ada hambatan dan kesulitan dalam proses rekaman maka produser siap membantu di setiap proses.

c. Sikap mendukung

Sikap mendukung sebagai bagian dari cara produser untuk memotivasi para klien-kliennya. Produser berusaha membangun kepercayaan bahwa di Studio 23 klien akan dipoles, dilatih, diperbaiki, diberi masukan dan motivasi.

d. Sikap positif

Adanya sarana konsultasi, diskusi, dan tukar pikir dalam proses rekaman membuat pelanggan merasa nyaman mengutarakan setiap idealisme dan selera musiknya. Sikap positif sang produser musik akan menumbuhkan kepercayaan dan optimisme pelanggan / klien untuk terus tekun mengasah bakat bermusik.

e. Kesetaraan

Produser musik Studio 23 sangat membangun jiwa egaliter (kesetaraan), Sehingga pada akhirnya tidak ada jurang pemisah antara produser dan klien. Semua berjalan bagaikan mitra yang terus menjalin hubungan personal untuk memudahkan klien terus menggali informasi dan pengalaman.

Saran

1. Untuk mendekatkan citra anak *band* kepada khalayak yang luas agar tidak menimbulkan stigma negatif anak *band* di masyarakat, produser musik Studio 23 sebaiknya melakukan beragam inisiatif seperti mengadakan *workshop*,

- coaching*, seminar, festival, *talk show* dalam membagikan ilmu kepada masyarakat lain khususnya para penikmat musik di Kota Samarinda.
2. Selain mengajarkan dan memotivasi *band* lokal di Samarinda. Produser setidaknya dapat melakukan kaderisasi dan membangun *networking* dengan mitra di pusat (Jakarta) dalam memperkenalkan band lokal milik daerah yang tidak kalah dengan band-band di Kota besar.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya :Airlangga University Press.
- Devito, Joseph. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Professional Book
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Cetakan kesembilanbelas. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Handoko, T Hani. 2001. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*, Edisi Kedua. BPFE, Yogyakarta.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Media Utama, Yogyakarta.
- Hodge, B.J. & William P. Anthony. 1984. *Organization Theory*, Second Edition, United State of America: Allyn and Bacon.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Miles, Huberman & Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. Bandung: Alfabeta.
- Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, M. N. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Putranto, Wendi. 2009. *Rolling Stone Music Biz*. Yogyakarta: PT. Benteng Pustaka.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005 *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Sangadji & Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sumber Internet:

- http://www.bbc.com/indonesia/vert_cul/2016/09/160918_vert_cul_producer_musik (diakses pada tanggal 12 Desember 2016)
- <https://www.instagram.com/samdays.movement> (diakses pada tanggal 3 juni 2017)