

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini, penulis akan menggunakan metode penelitian tertentu untuk melakukan perancangan. Selain itu, penulis juga akan mengidentifikasi data terkait yang dijadikan objek penelitian. Berikutnya, penulis akan menjelaskan kerangka dari penelitian yang akan dilakukan.

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan suatu cara dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan tertentu [25]. Hal ini bertujuan untuk mencari solusi dari permasalahan agar lebih terarah dan teratur dalam menganalisa. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut

##### **3.1.1 Jenis Pendekatan**

Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan atau metode dengan jenis kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah sebuah metode yang dilakukan untuk mengetahui fenomena atau kejadian sosial budaya yang di saksikan secara langsung [26]. Dalam penelitian ini, hasil melalui wawancara serta observasi. Penulis menggunakan penelitian kualitatif deskriptif karena. memberikan keleluasaan untuk memahami fenomena tanpa membatasi diri pada pengukuran terhadap sumber yang nyata.

### **3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian**

#### **a. Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah target atau sasaran yang ingin di capai dengan tujuan mendapatkan sebuah solusi dari suatu permasalahan [26]. Maka berdasarkan penjelasan diatas, dalam perancangan ini objek yang diteliti mengenai grup musik Jogja Hip Hop Foundation asal Kota Yogyakarta.

#### **b. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah orang atau pelaku yang mengerti serta memberikan data berupa informasi yang dapat membantu peneliti dalam mencari data [27]. Pada penelitian ini subjek penelitiannya merupakan selaku seniman dan juga personil dari grup musik Jogja Hip Hop Foundation

### **3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah data atau informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumber pertama atau langsung dari kejadian atau objek yang sedang diamati [27]. Data primer dapat berupa hasil wawancara dan observasi dari subjek secara individu.

Data primer dalam penelitian ini berupa acuan dan memperkuat sebuah data melalui wawancara dan dokumentasi untuk perancangan *Merchandise boxset* Jogja Hip Hop Foundation sebagai media promosi dalam 20 tahun berada di industri musik dari personil grup Jogja Hip Hop Foundation.

## **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang didapat secara tidak langsung tetapi memuat informasi serta data yang berkaitan dengan penelitian [27]. Pada penelitian ini data sekunder yang didapat menggunakan buku, jurnal, skripsi serta artikel album musik untuk pedoman dalam sebuah perancangan mengenai *merchandise* musik. Maka data sekunder dalam penelitian ini terdiri dari tulisan-tulisan ilmiah yang berkaitan dengan topik penelitian, dokumentasi, serta informasi yang berkaitan dengan sebuah *merchandise boxset* Jogja Hip Hop Foundation.

### **3.1.4 Informan Penelitian**

Informan penelitian adalah seseorang yang mengerti dan memahami isu serta memiliki informasi mengenai objek penelitian tersebut [28]. Informan dalam penelitian dapat berupa narasumber atau subjek penelitian yang memiliki pengetahuan atau pengalaman yang memadai terkait dengan topik penelitian sehingga dapat memberikan informasi yang akurat dan relevan. Maka, sesuai dengan penjelasan sebelumnya, informan dari penelitian ini adalah yaitu Dandi Achmad Ramndhani yang merupakan seorang ilustrator dan vokalis dari suatu band Tennage Death Star, Aditya Tama yang merupakan seorang dosen dan musisi suatu band Narcholos, serta 2 remaja yang suka dengan musik, bermain musik dan menghargai para musisi melalui merchandise dan lagu lagunya.

### **3.1.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah kunci keberhasilan suatu penelitian. Dengan teknik pengumpulan data yang tepat, peneliti dapat memperoleh data yang akurat dan dapat dipercaya.

### **a. Metode Observasi**

Observasi merupakan suatu proses yang tersusun atas pengamatan dan ingatan [29]. Pada penelitian ini, observasi berperan serta karena penulis terlibat secara langsung. Penulis ikut turun langsung. Dalam penelitian ini dilakukan secara langsung, observasi dilakukan melalui pengamatan, analisis, mencatat dan menarik kesimpulan dari personil Jogja Hip Hip Foundation yang saat itu berada di studio Balance Putra di daerah Jln Wijilan, Yogyakarta.

### **b. Metode Wawancara**

Wawancara adalah teknik pengumpulan data di mana peneliti berkomunikasi secara langsung untuk mendapatkan informasi secara rinci dan mendalam [30]. Peneliti akan menggunakan teknik wawancara jenis tidak struktur karena dalam wawancara ini, alur pertanyaannya akan lebih bebas dan fleksibel sesuai dengan jawaban yang diperoleh dari narasumber [30]. Metode wawancara dilakukan kepada personil Jogja Hip Hip Foundation sebagai subjek utama dan kepada beberapa orang yang terkait mengenai objek dan media yang sesuai dengan pembahasan

### **c. Metode Dokumentasi**

Metode dokumentasi merupakan suatu kegiatan pengumpulan data melalui analisis dan penggunaan dokumen atau materi tertulis yang relevan dengan topik penelitian [31]. Metode ini dapat memberikan wawasan tambahan dan mendukung data dari metode pengumpulan lainnya, seperti wawancara atau observasi. Dokumentasi ini mencakup berupa dokumen pribadi, arsip, buku catatan, foto-foto dan sumber informasi tertulis lainnya

## **D. Studi Literatur**

Studi literatur merupakan sebuah penelitian yang data sumber metodenya didapatkan dari kumpulan tulisan, artikel ilmiah, buku, dan sumber-sumber tertulis lainnya yang relevan dengan topik penelitian [31]. Studi literatur juga dapat membantu peneliti dalam menemukan persoalan dan menemukan landasan teori dari topik yang diangkat oleh peneliti. Pada perancangan ini peneliti menggunakan data berupa buku, jurnal, skripsi serta artikel sebagai acuan referensi untuk melengkapi data.

### **3.1.6 Metode Analisis Data**

Metode yang digunakan oleh penulis untuk menganalisis data dalam rancangan ini adalah metode analisis SWOT. Metode analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam grup musik Jogja Hip Hop Foundation. Hasil akhir analisis SWOT berupa data *Unique Selling Proposition* (USP) dan *positioning* yang menjadi perbedaan antara objek penelitian dengan kompetitornya.

## **3.2 Identifikasi Data**

### **3.2.1 Identifikasi Penelitian**

Menurut selaku personil grup Jogja Hip Hop Foundation, dahulu sebenarnya grup ini merupakan komunitas hip hop yang dimana para pelaku membawakan lagu-lagu yang diadaptasi yang berasal dari teks karya Sindhunataa. Dengan gaya khas penyanyi rap mengenakan kacamata hitam, sepatu *sneakers*, dan topi, yang dipadukan dengan pakain batik sebagai identitas jawa-nya yang selalu dikenakan saat bernyanyi. Jogja Hip Hop Foundation menyanyikan musik Hip Hop menggunakan Bahasa Jawa dalam lirik-lirik lagunya yang tentunya berbeda dengan musik lain.

Sehingga pada waktu itu, Setiap orang yang mendengar lagu Hip Hop Jawa pasti akan mengaitkan dengan kelompok Jogja Hip Hop Foundation.

Grup musik Jogja Hip Hop Foundation memiliki peran penting mengangkat nama kota Yogyakarta menjadi lebih dikenal. Grup musik yang membawa unsur daerahnya perlu di lestarikan serta di apresiasikan karyanya. Seharusnya tidak ada alasan masyarakat untuk menolak meninggalkan grup asli daerah. Masyarakat jaman sekarang harus dikenalkan kembali sebuah karya asli daerah yang menjadi warisan budaya permusikan.

### 3.2.2 Profil Grup Jogja Hip Hop Foundation

Grup Musik : Jogja Hip Hop Foundation Yogyakarta

Anggota Grup : Marzuki Mohammad (Killthedj), Heri Wiyoso (M2MX), Balance Putra (Ngila), dan Jantu Prihaminanto (Ki Ageng Gantas)

Alamat Studio : Jogja National Museum Jalan Prof, Ki Amri Yahya No. 1, Wirobarajan, Yogyakarta Indonesia 55181

Instagram : @jhf\_no.1

Email : javahiphop@gmail.com



**Gambar 3.1 Logo Jogja Hip Hop Foundation**  
(Sumber: [http://www.instagram.com/jhf\\_no.1](http://www.instagram.com/jhf_no.1))

Grup musik Jogja Hip Hop Foundation merupakan komunitas sekaligus grup musik hip hop asal daerah kota Yogyakarta yang terbentuk pada tahun 2003. Grup yang berisi 4 orang yang melatarbelakangi pembentukan komunitas hip hop Jogja ini, sebut saja diantara mereka Jahanam (Heri Wiyoso a.k.a M2MX dan Balance Perdana Putra a.k.a Ngila) dan Rotra (Janu Prihaminanto a.k.a ki Ageng Gantas dan Lukman Hakim a.k.a Raja Pati).

### 3.2.3 Data visual dan Promosi



**Gambar 3.2 Penghargaan oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X**  
Sumber: Dokumen Pribadi Balance Putra



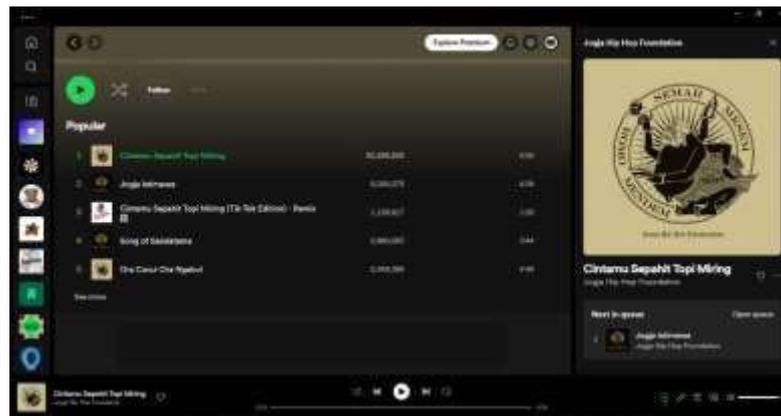
**Gambar 3.3 Cover Dokumenter dan CD Soundtracks Hiphopdingrat**  
Sumber: Dokumen Properti JHF dan Dokumen Pribadi



**Gambar 3.4 Album Poetry Battle dan Album Semar Mesem Romo Mendem**  
Sumber: Dokumen Pribadi



**Gambar 3.5 Instagram Jogja Hip Hop Foundation**  
Sumber: [https://www.instagram.com/jhf\\_no.1/](https://www.instagram.com/jhf_no.1/)



**Gambar 3.6 Spotify Jogja Hip Hop Foundation**  
Sumber: Spotify Jogja Hip Hop Foundation

### 3.2.4 Hasil Observasi dan Wawancara

#### a) Personil Grup Musik Jogja Hip Hop Foundation

Hasil observasi dan wawancara dilakukan peneliti bersama personel grup Jogja Hip Hop Foundation, dilakukan pada hari Selasa, 17 Oktober 2023 pukul 13.00 WIB dan pada hari Kamis, 19 Oktober 2023 pukul 20.30 WIB di studio milik Balance Putra.

Berdasarkan hasil wawancara menurut Ki Ageng Gantas, grup ini terbentuk sejak tahun 2003 oleh Muhammad Marzuki dengan julukan Killthedj. Pada awalnya grup musik ini merupakan sebuah komunitas hip hop/rap di kota Yogyakarta. Hingga untuk pertama kalinya mereka memulai project yang dinamakan dengan “poetry battle” dan mengeluarkan album fisik kompilasi, poetry battle 1 dan poetry battle 2 yang berisikan 10 dan 13 lagu.



**Gambar 3.7 Personel Grup Jogja Hip Hop Foundation**

Sumber: [https://www.instagram.com/jhf\\_no.1/](https://www.instagram.com/jhf_no.1/)

Pada tahun 2009 Mohammad Marzuki sang *Co Founder* ekspansi musik JHF hingga ke Singapura untuk mengisi acara di Theater on the Bay Esplanade dan pada tahun 2010 mereka mengeluarkan film documenter berjudul “Hiphopdiningrat” yang menjadikan film ini sering mendapat undangan di berbagai film Internasional. antara lain (jiFFest,

2010) di Jakarta, kemudian lanjut di New York dan Canberra. Bahkan JHF juga mendapat penghargaan dari Keraton Ngayogyakarta Hadidiningrat. Penghargaan “Duta Nagari Ngayogyakarta” yang diberikan adalah jasa dan pengabdianya dibidang kesenian, serta prestasi JHF sebagai duta Yogyakarta didunia internasional dalam bidang kebudayaan.

Dengan adanya perkembangan teknologi dan perkembangan musik di era saat ini. JHF sudah 20 tahun berada di industri musik sampai saat ini. Namun JHF sedang berhenti memproduksi album musik dan hanya merilis beberapa *single* saja. saat ditanya mengenai *merchandise*, JHF juga sedang tidak memproduksi *merchandise* terbaru dan belum merencanakan kembali dikarenakan masing masing personil juga sedang fokus dengan project sendiri. Namun pada tahun ini atau tahun depan mereka mengatakan sedang menulis untuk rilis *single* baru dan ingin membuat sesuatu yang lain untuk mendukung rilisan single terbaru mereka. Selain itu masih ada pendengar generasi muda yang masih mengetahui mereka hanya sekedar melalui salah satu judul lagunya tanpa mengetahui siapa musisinya. Hal ini dibenarkan juga oleh personil Jogja Hip Hop Foundation dimana konser saa ini, banyak para penonton yang meneriakan judul lagu ketimbang grup musiknya. Walaupun bosan dengan lagu yang itu itu saja, personil Jogja Hip Hop Foundation menganggap hal ini yang cukup keren dimana masih ada yang ingin mengenal dan mendengarkan mereka tanpa mengetahui siapa musisi atau grup musiknya.

Berdasarkan wawancara tersebut maka penulis mencoba untuk mengajukan untuk membuat sebuah *merchandise boxset* sebagai kiprah Jogja Hip Hop Foundation selama 20 tahun berada di industri musik dan juga sebagai apresiasi atas berbagai pencapaian sebagai grup musik berbahasa daerah. Menurut personil JHF tidak masalah dan mempersilahkan jika ingin melakukan pembuatan sebuah *merchandise* berbentuk *boxset* untuk memperkenalkan kembali atau sebagai bentuk apresiasi atas grup musiknya. Ia juga menambahkan jika nantinya memang

belum bisa dipasarkan secara luas dan massal, setidaknya kita sudah berusaha untuk memperkenalkan kembali lagu JHF melalui sebuah *merchandise boxset* tersebut.

**b) Dandi Achmad Ramdhani, Vokalis Band Teenage Death Star**

Hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Dandi Achmad Ramdhani yang akrab dengan panggilan Sir Dandy merupakan seorang ilustrator sekaligus musisi dan vokalis dari band “Teenage Death Star”. Saat ditanya mengenai sebuah *merchandise* musik. Ia mengungkapkan bahwa sebuah *merchandise* penting bagi suatu band/grup musik. hal ini bisa menjadi sebuah supporting branding bagi suatu band/grup musik dan salah satu income untuk mendukung para musisi.

Sir Dandy juga berbicara bahwa *merchandise* di era saat ini merupakan salah satu faktor penting untuk menunjang bagi suatu band/grup musik. selain menjadi menjadi *income* dan branding suatu musisi, hal ini juga bisa menjadi ajang promosi bagi suatu grup/band musik untuk mempopulerkan grup/band musik tersebut. Sehingga dari beberapa keuntungan pembuatan *merchandise* musik, beberapa hal tadi memang salah satu bagian dari sebuah perjalanan band/grup musik.

Saat ditanya mengenai *merchandise* musik berbentuk *boxset*. Sir Dandy berpendapat bahwa suatu band/grup musik perlu untuk merilis *merchandise* dalam bentuk *boxset*. Hal ini selain menjadi barang kolektif bagi para pendengarnya, *boxset* bisa menjadi pembeda dengan band/grup musik yang lain. Hal tersebut bisa dilihat bagaimana tampilan *boxset* tersebut dirancang sesuai dengan branding band/grup musik tersebut. Hal ini juga didukung dengan para pendengar yang sudah mulai mengerti dan menghargai tentang sebuah *merchandise* musik, hingga ada segelintir orang atau pendengar yang menyukai *merchandise* melalui tampilan visual tanpa mengenal dari suatu band/grup musik tersebut. Sir Dandy juga menambahkan bahwa itu merupakan hal wajar dan tidak

mempermasalahkan hal tersebut, suka dulu baru dengar lebih baik daripada tidak suka sama sekali. Sehingga tidak ada masalah terhadap para pendengar atau konsumen dalam pembelian suatu merchandise musik.

### **c. Aditya Tama Isdiarto, Dosen dan Musisi**

Hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Adit Tama yang merupakan dosen di salah satu kampus swasta dan basist suatu band “Narcholocos” serta mengoleksi *merchandise* musik dan album dalam bentuk rilisan fisik. Saat ditanya mengenai *merchandise* bagi suatu band/grup musik, ia juga berkata bahwa sebuah merchandise musik berguna bagi suatu band. Selain itu *merchandise* juga sangat membantu dan bisa dianggap sebagai salah satu *chorus* untuk sebuah band/grup musik untuk selalu produktif, seperti akan adanya rilisan album atau untuk mempertahankan eksistensi dari band/grup musik tersebut.

Pada era saat ini, digitalisasi mulai banyak berkembang. Namun, para musisi juga masih suka merilis album fisik mereka dalam bentuk *merchandise boxset*. Menurutnya hal ini sah saja apalagi dengan didukung dengan tampilan atau *artwork* yang dimunculkan. Untuk melihat sebuah *artwork* di era saat ini tidak melulu dapat dinikmati secara digital, melalui rilisan fisik yang dapat langsung bisa dirasakan juga salah satu cara menikmati bagaimana *artwork* tersebut menggambarkan suatu band/grup musik tersebut.

Hal itu juga mendukung dimana saat ini para konsumen atau pendengar mulai melirik sebuah *merchandise* musik tanpa mengetahui musisinya, dikarenakan ini sebenarnya sudah mendukung 2 pelaku dimana dari sisi seniman yang sudah dihargai dan musisi yang mendapat keuntungan bagi band/grup musiknya. Adit juga mengungkapkan bahwa dalam sebuah band/grup musik, merilis *merchandise boxset* bisa menjadi investasi bagi band/grup musik tersebut dimana pada biasanya rilisan *boxset* merupakan barang yang akan menjadi *collectible item/ exclusive*

sehingga item tersebut bisa membantu bagi suatu band/grup musik tersebut.

**d) Mercu Kurnia Cemerlang, 22 tahun, Mahasiswa Yogyakarta.**



**Gambar 3.8 Mercu Kurni C. Mahasiswa dan Musisi**  
Sumber: Dokumen Pribadi.

Wawancara yang telah dilakukan dengan Mercu Kurnia Cemerlang yang merupakan mahasiswa di salah satu kampus swasta di Yogyakarta sekaligus menjadi gitaris additional untuk suatu band/grup musik. ia juga kerap mengkoleksi beberapa merchandise musik dalam bentuk fisik. Saat diatnya mengenai merchandise musik, menurutnya merchandise bagi suatu band/grup musik merupakan hal yang cukup berpengaruh bagi musisi maupun pendengarnya. Merchandise musik bisa sebagai pengingat untuk mengenalkan suatu band/grup musik melalui tampilan yang sesuai dengan band/grup musik tersebut.

Mercu yang tinggal di kota Yogyakarta sedari kecil, saat ditanya mengenai grup musik Jogja Hip Hop Foundation. Ia sudah mengetahui grup musik tersebut sejak ia berada di bangku SMP, dimana saat itu musik hip hop juga sedang terdengar namanya kembali. Menurutnya sebagai orang asli Yogyakarta, siapa yang tidak mengenal Jogja Hip Hop Foundation yang mengangkat budaya jawa khususnya kota Yogyakarta. Grup ini juga yang menjadi salah satu inspirasi ia untuk bermain musik

hingga saat ini. Ia juga memiliki beberapa merchandise dari Jogja Hip Hop Foundation seperti CD album dan Kaos dari grup musik tersebut.

Saat ditanya mengenai merchandise Jogja Hip Hop Foundation pada saat ini, ia mengungkapkan sebagai sesama yang bermain musik dan pendengar dari grup musik tersebut, ia masih menunggu rilisan terbaru dan merchandise dari Jogja Hip Hop Foundation, dimana menurutnya hal itu dapat membantu untuk mengenalkan kembali bagaimana eksistensi dan penghargaan dari grup musik Jogja Hip Hop Foundation pada masanya.

**e) Dimas Adi Kurniawan, 24 tahun, Mahasiswa Yogyakarta.**



**Gambar 3.9 Dimas Adi K. Mahasiswa dan Musisi**  
Sumber: Dokumen Pribadi.

Wawancara yang telah dilakukan dengan Dimas Adi Kurniawana yang merupakan mahasiswa di salah satu kampus swasta di Yogyakarta dan menjadi disk Jockey (dj) untuk suatu grup musik berkaroke serta mengkoleksi beberapa merchandise musik dalam bentuk fisik. Seperti CD album untuk mengulik saat ia bermain musik. Saat ditanya mengenai merchandise bagi suatu band/grup musik, menurutnya hal itu sudah umum jika bagi suatu band/grup musik mengeluarkan merchandise sebagai penunjang lain dari suatu band/grup musik. selain itu merchandise juga bisa sebagai gambaran suatu band/grup musik melalui tampilan yang disajikan.

Dimas yang sudah mengikuti grup musik Jogja Hip Hop Foundation sedari kecil menganggap mereka sebagai referensi untuk bermain musik, nada lagu hip hop dan khas Jawa dapat disatukan dengan lirik yang menggambarkan sosial warga Jawa. Ia juga mengoleksi lagu rilisan fisik milik JHF dan beberapa merchandise lain. Ia juga sempat belajar bermain musik dan berkembang di daerah Wijilan dengan bertemu dengan Mas Balance dan Mas Heri (M2MX). Saat ditanya mengenai merchandise Jogja Hip Hop Foundation pada saat ini, ia mengatakan ia masih setia untuk menunggu rilisan terbaru dan merchandise dari Jogja Hip Hop Foundation, dimana menurutnya hal itu dapat membantu untuk mengenalkan kembali bagaimana Jogja Hip Hop Foundation bangga membawakan kota Yogyakarta dan budaya Jawa melalui musik hip hop.

### 3.3 Studi Komparasi

#### 3.3.1 NDX A.K.A



**Gambar 3.10** Grup musik NDX A.K.A  
 Sumber: <https://www.instagram.com/ndxakatv/>

NDX A.K.A merupakan grup musik yang mengusung genre hip hop dangdut berasal dari kota Bantul, Yogyakarta pada tahun 2011. Yonanda Frisan Damara dan Fajar Ari sebagai personel. Pada tahun 2018 NDX A.K.A pernah mendapatkan penghargaan dari Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam rangka memperingati Hari Musik Nasional. NDX A.K.A pernah berkolaborasi dengan Shaggydog dan meluncurkan sebuah single berjudul "Ambilkan Gelas"

pada 21 September 2017. kolaborasi ini tergolong sukses, karena singel tersebut menyabet penghargaan di AMI Awards. Namun dengan berbagai penghargaan yang ada, grup musik NDX A.K.A memiliki pendengar dan pasar paling besar masih berada di kota Yogyakarta dan pulau Jawa

### 3.3.2 Los Pakualamos



**Gambar 3.11 Grup musik Los Pakualamos**

Sumber: [https://www.instagram.com/lospakualamos\\_official/](https://www.instagram.com/lospakualamos_official/)

Los Pakualamos merupakan grup musik hip hop oldschool yang berasal dari Yogyakarta. Nama los pakualamos diambil dari salah satu wilayah yang bernama Pakualaman, Yogyakarta. Los Pakualamos terbentuk di 2013 dan merayakan 1 dekade dengan membuat konser musik dan merilis merchandise di bulan maret 2023. Los Pakualamos yang berawal dengan anggota 11 orang hingga saat ini bertahan dengan 5 orang, masih aktif untuk terus meneruskan nama di Los Pakualamos di industri musik. Los Pakualamos memiliki 1 album dan 17 single selama di industri musik. Grup musik ini memiliki pendengar yang suka dengan selera hip hop culture, dimana tidak semua dapat menyukai dan paham dengan genre musik ini, selain itu pendengar los Pakualamos masih berada di sekitar Kota Yogyakarta.

### 3.4 Analisis Data

Berdasarkan hasil analisis perbandingan data antara objek penelitian dengan objek komparasi, didapatkan hasil analisis SWOT yaitu sebagai berikut:

### 3.4.1 Tabel Analisis SWOT

Tabel 3.1 Analisis SWOT

SWOT	Jogja Hip Hop Foundation	NDX A.K.A	Los Pakualamos
<i>Strenghts</i> (Kekuatan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sudah pernah US Tour pada tahun 2013</li> <li>- Mengangkat lagu berbahasa jawa karya Sindhunata.</li> <li>- mengangkat lagu kritik sosial khususnya kota yogyakarta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mengangkat lagu berbahasa daerah</li> <li>- pendengar didominasi oleh anak muda.</li> <li>- masih tetap aktif untuk mengeluarkan single terbaru.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kental dengan pembawaan hip hip culture</li> <li>-pendengar didominasi oleh anak muda.</li> <li>-pengelolaan promosi,rilisan lagu dan merchandise yang sudah baik</li> </ul>
<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>-kurangnya promosi di era saat ini.</li> <li>- Grup musik ini sudah tidak se aktif dulu untuk merilis single baru</li> <li>- kurangnya Jogja Hip Hop Foundation dalam mengelola merchandise</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak semua paham dengan lagu berbahasa jawa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tidak semua menyukai lagu bergenre hip hop</li> </ul>

<i>Opportunities</i> (Peluang)	-Memiliki potensi untuk dikenalkan kepada pendengar anak muda -Jogja Hip Hop Foundation belum pernah mengeluarkan <i>merchandise boxset</i> , dimana <i>boxset</i> bisa dijadikan untuk promosi dan <i>collectible item</i> ,	Memiliki potensi yang lebih besar apabila dapat bertahan dengan genre lain	-memiliki potensi untuk meluaskan pasar dimana pengelolaan promosi, dan merchandise yang sudah baik.
<i>Threats</i> (Ancaman)	-Persaingan pasar yang semakin luas. -kurangnya anak muda untuk memahami budaya dan bahasa daerah melalui lagu.	Memerlukan upaya untuk memperluas pasar NDX A.K.A saat ini.	Naik turunnya para pendengar di genre hip hop musik

### 3.4.2 USP (Unique Selling Proposition)

*Unique Selling Proposition* (USP) adalah hal yang menjadi pembeda antara produk atau layanan satu dengan produk atau layanan lainnya [32]. USP merchandise boxset Jogja Hip Hop Foundation adalah merchandise yang berisikan album kompilasi dan merchandise lain yang berisikan memperkenalkan eksistensi dan penghargaan yang telah diraih Jogja Hip Hop Foundation dalam 20 tahun

berada di industri musik, serta menggunakan tampilan *boxset* berbentuk kaset pita untuk memperkenalkan kembali hip hop *culture* era 90-an dengan tambahan ilustrasi yang menggambarkan ciri khas kota Jogja dan grup musik JHF sebagai penguat identitas visual untuk tampilan pada media *merchandise* lainnya.

### 3.4.3 Positioning

*Positioning* merupakan upaya memposisikan produk yang akan ditawarkan dengan produk lainnya yang bersaing dibidang yang sama [32]. *Positioning boxset* Jogja Hip Hop Foundation adalah menjadi salah satu media *merchandise* berbentuk fisik yang digunakan untuk sebuah arsip dan menjadi *collectible item* dikarenakan menjadikan rilisan yang terbatas dengan bersamanya Jogja Hip Hop Foundation 20 tahun dalam industri musik.

### 3.5 Target Audiens

#### a. Segmentasi geografis

Masyarakat daerah kota kreatif (Solo, Malang, Semarang, Purwokerto, jakarta, khususnya kota Yogyakarta).

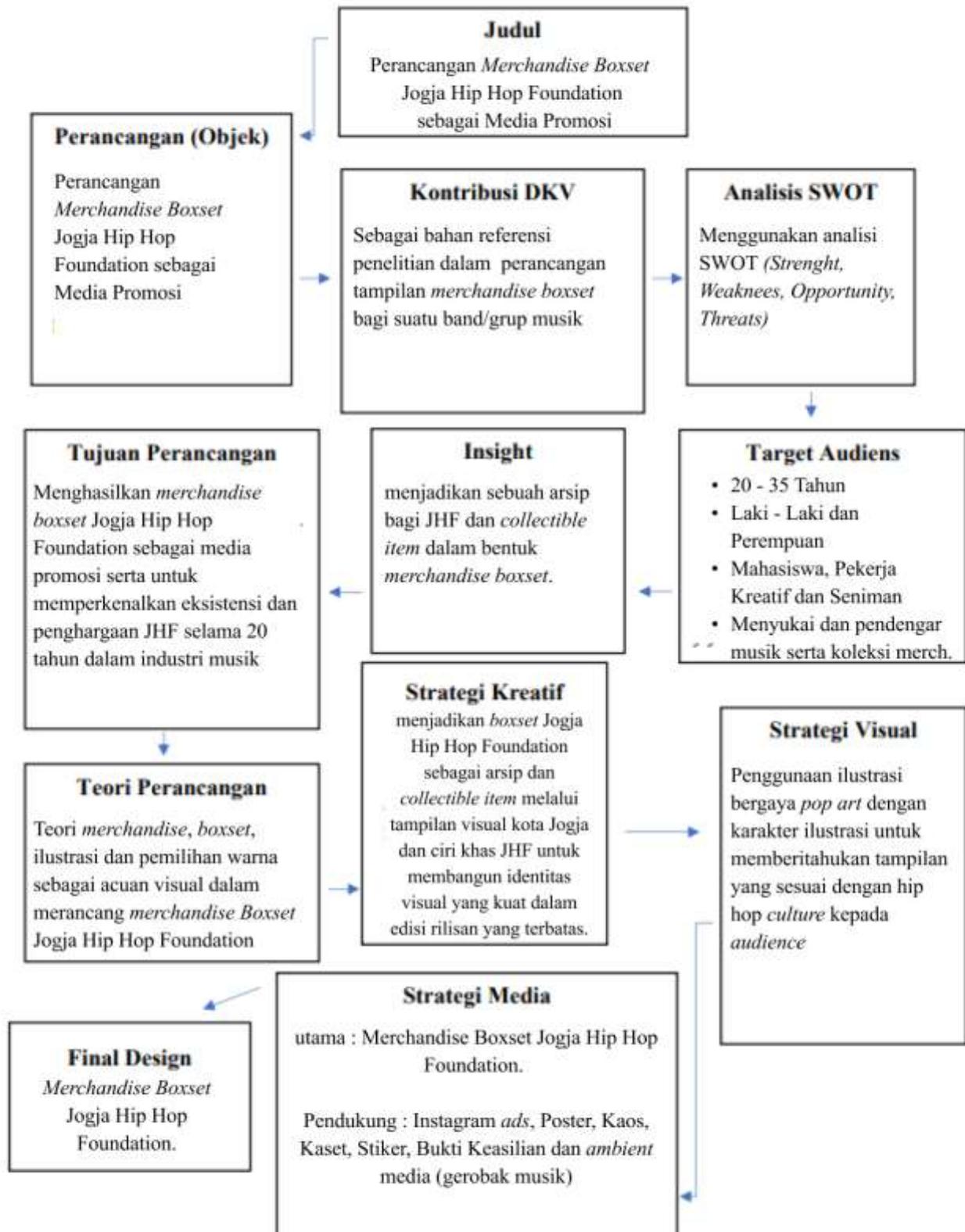
#### b. Segmentasi Demografis

1. Usia : 20-35 tahun
2. Kelamin : Laki-laki dan perempuan
3. Pekerjaan : Mahasiswa, Pekerja Kreatif, dan Seniman
4. Kelas Sosial : Menengah Keatas

#### c. Segmentasi psikografis

Masyarakat yang menyukai koleksi album serta merchandise, penggemar atau pendengar musik dan radio, suka nongkrong, dan mengoleksi barang lama.

### 3.6 Kerangka Perancangan



Gambar 3.12 Kerangka Perancangan

Sumber: Dokumen pribadi

### 3.7 Jadwal Penelitian

**Tabel 3.2 Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan								
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Pencarian Topik dan Fenomena									
2	Penentuan Judul Penelitian									
3	Pengumpulan Data									
4	Penyusunan Proposal									
6	Seminar TA 1									
7	Perancangan karya dan penempatannya									
8	Penyusunan Laporan									
9	Sidang TA 2									