

STRATEGI KOMUNIKASI RIAU *RHYM CHAMBERS* INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN CALEMPONG KAMPAR PROVINSI RIAU

Oleh: Dhwiky Suryaner Putera
Email : dsuryaner@gmail.com
Pembimbing: Dr. Nurjanah. M,Si

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Manajemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293
– Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Seiring dengan tergerusnya budaya dan musik asli Provinsi Riau seperti calempong Kampar, menimbulkan keinginan beberapa group musik untuk menggali kembali dan mempromosikannya, salah satunya seperti yang dilakukan Riau *Rhym Chambers* Indonesia. Riau *Rhym Chambers* Indonesia berdiri pada 17 Juni 2001, dengan memiliki 9 orang personel. Riau *rhym Chambers* Indonesia gencar melakukan promosi calempong Kampar dengan dikemas melalui album “*Sound of Svarnavipa*” yang berisikan materi calempong Kampar. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Riau *Rhym Chambers* Indonesia Dalam Mempromosikan Calempong Kampar di Provinsi Riau.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan pemilihan informan menggunakan teknik *purposive*, yaitu satu orang ketua sekaligus komposer musik Riau *Rhym Chambers* Indonesia, satu orang personel, 2 orang tim Manajemen Riau *Rhym Chambers* Indonesia dan 2 orang penggemar musik Riau *Rhym Chambers* Indonesia dan masyarakat umum yang telah mengikuti perkembangan Riau *Rhym Chambers* Indonesia. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, serta dokumentasi. Untuk teknik analisa data, mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman. Untuk pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik perpanjangan keikutsertaan dan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan Riau *Rhym Chambers* Indonesia, pertama dalam strategi penentuan sasaran khalayak dengan mencari tau siapa sasarnya agar bisa membentuk pesan yang sesuai. Kedua, dalam penyampaian pesannya ini Riau *Rhym Chambers* Indonesia selalu membawa pesan budaya guna pelestarian dan pengembangan budaya asli Provinsi Riau yang didasari observasi langsung yang jelas originalitasnya. Ketiga, dalam menentukan metode Riau *Rhym Chambers* Indonesia tidak hanya mempromosikan sekaligus memberikan informasi, edukasi dan mempersuasi kepada khalayak ramai terhadap Calempong Kampar. Keempat, Riau *Rhym Chambers* Indonesia juga menggunakan media sosial (*instagram, twitter, facebook, youtube & I-Tunes*), media cetak (Koran) dalam rangka promosi calempong Kampar ini.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Riau *Rhym Chambers* Indonesia dalam mempromosikan Calempong Kampar Provinsi Riau

**COMMUNICATION STRATEGY GROUP MUSIC RHYTM RIAU
INDONESIA CHAMBERS IN PROMOTING THE MUSIC IN
RIAU PROVINCE CALEMPONG KAMPAR**

**By: Dhwiky Suryaner Putera
Email : dsuryaner@gmail.com
Counselor: Dr. Nurjanah. M,Si**

*Major of Communication Science – Management of Communication
Faculty of Social Political Science
Riau University
Campus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293 –
Telp/Fax. 0761-63277*

ABSTRACT

Along with the erosion of indigenous culture and music as calempong Kampar Riau Province, causing some of the music group's desire to exhume and promote it, such as one conducted Riau Indonesia Rhtym Chambers. Chambers Rhtym Riau Indonesia stood on June 17, 2001, with a 9 personnel. Chambers rhtym Riau Indonesia heavily promoting calempong Kampar with packaged with the album "Sound of Svarnadvipa" containing material calempong Kampar. Therefore, this study aims to determine the Communication Strategy Rhtym Chambers Riau Indonesia In Promoting Calempong Kampar in Riau Province.

This study uses descriptive qualitative research, with the selection of informants using purposive, consisting of one chairman and composers Riau Rhtym Chambers Indonesia, the personnel, 2 Management team Riau Rhtym Chambers premises and 2 music fans Riau Rhtym Chambers Indonesia and society general who has been following the development of Riau Indonesia Rhtym Chambers. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. For the data analysis, refer to the interactive model of Miles and Huberman. For checking the validity of the data using the extension of participation and triangulation techniques.

The results of this study indicate Riau Indonesia Rhtym Chambers, the first in the strategy of targeting the audience by finding out who the target in order to establish an appropriate message. Second, in the delivery of this message Rhtym Chambers Riau Indonesia always carry cultural messages to the preservation and development of native culture Riau province that is based on direct observation of the obvious originality. Third, in determining methods Rhtym Chambers Riau Indonesia not only promotes well as providing information, education and to persuade the general public to Calempong Kampar. Fourth, Riau Indonesia Rhtym Chambers also use social media (instagram, twitter, facebook, youtube and I-Tunes), print media (newspapers) in order to promote calempong Kampar.

*Keyword : Communication Strategy Group Music Rhtym Riau Indonesia
Chambers In Promoting The Music In Riau Province Calempong Kampar*

Pendahuluan

Seiring dengan kemajuan zaman, Kebudayaan barat yang masuk ke Indonesia sangat berpengaruh dan mengancam keberadaan budaya yang dimiliki saat ini. Hal tersebut ditandai dengan menurunnya rasa kesadaran untuk melestarikan kebudayaan yang telah dilestarikan secara turun temurun, salah satunya yaitu kesenian tradisional. Generasi muda penerus tradisi seolah-olah enggan untuk terlibat dalam upaya pelestarian budaya bangsa, hal ini disebabkan oleh perkembangan yang terjadi di segala bidang Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni (IPTEKS). Perkembangan ini tentu saja memberikan dampak pada budaya yang ada, baik itu positif atau negatif. Apabila hal ini terus berlanjut, dikhawatirkan akan terjadi krisis kebudayaan di Nusantara. Oleh sebab itu, sebagai generasi penerus bangsa wajib hukumnya bagi setiap insan untuk menjaga serta melestarikan kebudayaan yang dimiliki agar kebudayaan tersebut bisa terus hidup dan berkembang di masyarakat.

Kebanyakan dari generasi muda berpendapat bahwa memainkan musik tradisi di era yang modern seperti saat ini bukan merupakan suatu kemajuan. Mereka berpendapat bahwa musik tradisi itu hanyalah sesuatu yang kuno dan merupakan bagian dari masa lalu. Tentu saja ini adalah pemikiran yang salah, seharusnya upaya untuk melestarikan kebudayaan dan seni tradisi ini dimaknai sebagai salah satu upaya untuk kembali mengenal jati diri sebagai bangsa yang memiliki keanekaragaman budaya,

disamping itu juga sebagai sarana yang edukatif bagi diri kita serta generasi penerus kita nantinya.

Masyarakat Melayu di provinsi Riau memiliki berbagai macam kesenian tradisional yang hidup dan berkembang sejak zaman dahulu hingga saat ini. Kesenian ini diteruskan secara turun-temurun kepada generasi ke generasi berikutnya. Beberapa di antara kesenian tradisional tersebut ada yang tumbuh subur dan ada pula yang mulai hilang dan punah karena kurang mendapat perhatian dari masyarakat pendukungnya. Hal ini merupakan imbas dari zaman yang semakin maju, sehingga kesenian tradisional yang sejatinya harus dilestarikan menjadi punah. Untuk di Riau sendiri terdapat banyak musik asli yang sekiranya harus dilestarikan, tetapi fenomena saat ini kurangnya minat masyarakat Riau untuk mengeksplor lebih jauh tentang musik asli daerah Riau sangatlah kurang.

Pada saat ini, Kampar telah kehilangan tradisi asli musiknya sendiri yaitu musik *talempong*, dalam permainannya menggunakan syair-syair kuno yang berasal dari zaman prasejarah candi muaratakus. Kesenian yang ada sekarang tidak lagi berlandaskan pada *pakem* (aturan resmi) yang seharusnya dengan menggunakan syair bahasa asli tradisi Kampar.

Berdasarkan masalah ini Riau Rhythmic Chambers Indonesia selaku kelompok musik yang berasal dari Pekanbaru dan memilih warna musik yang bermain di wilayah konsep-konsep tradisi dengan kekayaan lokal. Sebagai salah satu kelompok musik yang membawakan musik tradisional sebagai sajian yang

mereka berikan, upaya yang telah dilakukan oleh kelompok musik Riau *Rhythm Chambers Indonesia* (RRCI) ini merupakan suatu hal yang positif dan layak untuk mendapatkan apresiasi. Kehadiran kelompok musik ini ditengah zaman yang mengalami kemajuan disegala bidang seperti saat ini diharapkan mampu memberikan semangat bagi para generasi muda untuk ikut serta melestarikan kebudayaan tradisi.

RRCI dalam hal ini serius untuk mengeksplorasi lebih jauh lagi akar dari musik asli Kampar itu sendiri. Musik calempung pada saat ini sudah mengalami perkembangan permainan, secara sejarah dan masih ada beberapa tempat di daerah Kampar, musik calempung dimainkan dengan memakai nyanyian dari syair-syair kuno masyarakat asli Melayu Kampar, RRCI membentuk kembali kedalam musik yang tetap berdasar pada originalitas syair dan rhytm calempung kuno Kampar. RRCI menggarap musik daerah (Kampar) terutama bagian syair dan rhytm musik dalam hal ini diwakilkan oleh salah satunya alat musik calempung.

Seperti yang sudah diberitakan, RRCI menggelar konser yang sukses di 10 kota di Indonesia dan satu kota di luar Indonesia yaitu Singapura, dengan membawakan konsep musik baru dimana pengembangan dari musik calempung Kampar. (<http://liandamarta.com/2014/04/05/jajak-suara-suvarnavipa-by-riau-rhythm-chambers-indonesia/>) Karya “Lukah Gila”, sangat tepat menjadi sajian penutup. Karya ini dikemas riuh, namun masih menghadirkan detail bunyi. Teknik unison (seluruh instrumen memainkan melodi yang sama) dengan tempo yang cepat

menjadi hal utama. Melodi yang dimainkan merupakan tafsiran melodi dari teknik tingkah dalam calempung Kampar.

Interval instrumen calempung tidak persis sama dengan interval musik barat (<http://cabiklunik.blogspot.co.id/2013/12/riau-rhythm-chambers-menarik-perhatian.html>)

“Kami tertarik dengan sajian musik dari Riau Rhytm, Saya berharap kita bisa berkomunikasi lagi lebih lanjut, agar dapat merancang program yang cocok untuk Riau Rhytm di Esplanade”, demikian petikan perbincangan singkat antara Licia Sucipto, Progaming Officier, Rydwan Anwar Associate Producer Esplanade Theatre Singapore, bersama personil Riau Rhythm Chambers Indonesia. (Riau Rhythm) di cafe Komunitas Salihara.” (<http://riaupos.co/1629-spesial-menarik-perhatian-kurator-esplanade-singapura.html#.VIHqfYTfLdl>)

Dalam perjalanan karir, perkembangan musik yang dilakukan oleh group musik RRCI sudah mendapatkan penghargaan salah satunya yaitu, RRCI mendapatkan penghargaan tertinggi dalam bidang budaya di Provinsi Riau, “*Jejak Suara Suvarnavipa*” merupakan pilihan Karya Non-Buku pilihan Sagang 2014. Penghargaan

Anugerah Sagang ini menjadi pemicu bagi pengkarya di Riau.

Pencapaian yang diraih oleh RRCI bukan tanpa usaha dan kerja sama yang baik. Sudah tentu hal ini bermula dari planning dan management yang dipilih serta dilakukan dengan menggunakan strategi yang tepat pula. Berdasarkan uraian di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitiannya untuk mengetahui apa dan bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Riau Rhtym Chambers Indonesia dalam mempromosikan Calempong Kampar. Oleh sebab itu peneliti mengambil judul penelitian ini adalah “Strategi Komunikasi Group Musik Riau *Rhtym Chambers* Indonesia Dalam Mempromosikan Musik Calempong Kampar Di Provinsi Riau

Maka dari itu penulis tertarik mengetahui strategi–strategi apa saja yang dilakukan RRCI dalam rangka mengangkat akar musik Kampar itu guna eksistensi dan mempromosikan musik serta budaya Kampar kepada khalayak umum dikarenakan sudah sangat jarang masyarakat yang mau melestarikan apalagi menggali lebih dalam musik asli Melayu itu sendiri. Berangkat dari permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap “Strategi Komunikasi Group Musik Riau Rhtym Chambers Indonesia Dalam Mengangkat Musik (Calempong) Kampar Provinsi Riau”.

Strategi Komunikasi

Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain dibutuhkan perumusan tujuan

yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi (Effendy, 2005:10).

Agar komunikasi secara tepat mengena pada sasaran yang hendak dicapainya, maka suatu komunikasi haruslah dilakukan secara terencana dan strategis. Suatu komunikasi yang diharapkan efektivitasnya tidaklah dilakukan secara asal, melainkan membutuhkan persiapan-persiapan dan perencanaan yang matang. Suatu perencanaan komunikasi meliputi strategi, dimana strategi ini menyangkut tindakan yang akan dilakukan serta manajemen.

Menurut Chandler (dalam Rangkuti, 2006:3) mengatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Strategi menurut Stephanie K. Marrus (dalam Umar, 2003:31) adalah proses penentuan rencana para pimpinan puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi yang disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Effendy (2005:32) dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* menyatakan bahwa strategi adalah:

”Keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai

efektivitas”.

Dapat disimpulkan bahwa suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain dibutuhkan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi. Untuk mencapainya maka diperlukan beberapa hal, sebagai berikut:

- a. Mengenal khalayak atau sasaran
Mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha pencapaian strategi, karena khalayak dapat dipengaruhi.
- b. Pengenalan serta komunikator dipilih, sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.

Dalam perumusan strategi diperlukan penyusunan pesan yaitu menentukan tema dan materi, syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan ialah mampu membangkitkan perhatian. Individu dalam saat yang bersamaan, kadang-kadang dirangsang oleh banyak pesan dari berbagai sumber, tetapi tidak semua rangsang itu dapat mempengaruhi khalayak.

Group Musik Tradisional

Grup Musik merupakan kumpulan yang terdiri atas dua atau lebih musisi yang memainkan alat musik ataupun bernyanyi. Tiap – tiap ragam jenis musik memiliki aturan yang berbeda atas jumlah dan komposisi atas sebuah penampilan ensemble, begitu pula halnya dengan lagu – lagu atau musik yang dibawakan pada permainan ensemble

tersebut (P. Malm, 1993).

Grup musik tradisional adalah kelompok musisi lebih dari satu orang yang memainkan alat musik nusantara atau tradisional dan juga memainkan ritme–ritme budaya setempatnya. Di Indonesia mempunyai beragam musik dan alat musik tradisional dikarenakan keberagaman budaya Indonesia. Provinsi Riau yang memiliki akar budaya Melayu memiliki musik orisinal sendiri seperti Zapin yang berasal dari Kabupaten Siak, calempong yang terdapat didaerah Kampar dan Kuantan dll, dengan diiringi beberapa alat tradisionalnya. (<http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbkepri/2016/08/18/calempong-ogoung-kesenian-khas-kampar> tanggal 13 Desember jam 09.00 WIB)

Riau Rhytm Chambers Indonesia

Riau Rhytm berdiri pada 17 Juni 2001 oleh Rino Dezapati (Gambus Melayu) Hari Sandra (Clarinet) dan Alyusra (Biola). Pembentuka *Riau Rythm* didasar oleh menempatkan musik Melayu dalam kemasan kekinian. Program pertunjukan tunggal *Riau Ryhtm* yang mengusung tema musik elektronik dan multimedia menjadi produksi perdana sebagai suatu kelompok musik. Event “Riau Hitam Putih International World Music Festival” yang dogelar tiap tahun sejak 2002, kemudian menjadi ajang dialetik dengan musisi/komposer nasional. Misalnya saja berkolaborasi dengan musisi elektronik Sapto Rahardjo dari Yogyakarta, komposer KUA-Etnika Djadug Feriyanto dari Yogyakarta, pemain perkusi Ron Reeves dari Australia, komposer I Wayan Sadra dari Solo, penyanyi Opie Andaresta

dari Jakarta, dan composer elektro akustik Fahmi Alatas dari Jakarta. Kolaborasi tersebut adalah momen penting bagi *Riau Rhytm* dalam menegaskan pijak langkah kreatifnya dalam mengusung ke-kontemporeran musik Melayu.

Pada pertengahan tahun 2011 Rino dezapati merasa jenuh bergelut dengan pendekatan *combo-synthesizer*. Pada saat yang sama sebagian besar personilnya vakum. Kini orientasi garapan *Riau Rhytm* fokus mengeksplorasi musik Melayu Daratan, meskipun cita rasa Melayu Kepulauan masih dapat kita temukan. Di sini Rino Dezapati menggunakan istilah *Ethno-Contempo* sebagai bingkai garapan. Adalah upaya eksploratif terhadap nyanyian Melayu sebagai sumber utama. Pada bentuknya yang baru *Riau Rhytm* mempresentasikan symbol, sensasi, dan cita rasa tradisi pada instrumen musik pop dan klasik.

Sejak tahun 2013 *Riau Rhytm* memulai mencipta karya – karya terbaru bertajuk “Jejak Suara Suvarnavipa” dengan latar belakang *Lost Civilization Of Suvarnavipa. Suvarnavipa* (*Suvarna* = emas *dvipa* = pulau) adalah istilah yang diperkenalkan oleh I-Tsing ke India dan Sumatera berjudul *Nan-hai-chi-kuei-nai-fa-ch’uan* (Catatan dari Budha Agama sebagai Practised di India dan Kepulauan Melayu) dan *Ta-t’ang-si-yu-ku-fa-kao-seng-ch’uan* (Tentang Agamawan – agamawan terkemuka yang pergi mempelajari Agama Budha di negeri – negeri Barat). Buku peramanya diterjemahkan oleh Takakusu tahun 1896 berjudul *A Record of Buddhist Religion as Practised in India and the Malay Archipelago*.

Buku kedua diterjemahkan

oleh Prof. Chavannes tahun 1894 berjudul *Memoire a l’epoque de la grande dynastie Tang sur les reliquex eminentes qui allerent chercher la Loi dans les pays Occident*. Kedua buku tersebut sekaligus menjadi catatan detail menyebut Sriwijaya berpusat did Candi Muara Takus Kabupaten Kampar Provinsi Riau, bukan Palembang bukan Jambi. Yang paling penting dalam buku tersebut, I-Tsing ziarah ke India untuk memperdalam ilmu Agamanya. Dalam perjalanan, I-Tsing mampir di Sriwijaya. Di sini dikatakan, I-Tsing menjadi saksi keberadaan Sriwijaya. Selain Suvarnavipa, I-Tsing juga menggunakan istilah *Shih-li-fo-shih, Sri Perca* dan *Chong-chu* merupakan sebutan Sriwijaya dalam bahasa Tionghoa. Suvarnavipa adalah kisah masa keemasan di Pulau Sumatera. Masyarakat Kabupaten Kampar-Riau di sekitar Candi Muara Takus memiliki cerita secara turun temurun tentang kehidupan masa keemasan tersebut.

Masyarakat Candi Muara Takus konon hidup berkelimpahan yang diwujudkan dalam perumpamaan: padi yang ditanam berubah emas. Catatan arkeologis menyebut Candi Muara Takus diduga sebagai istana megah yang memiliki hingga 45 kilometer persegi. Mitosnya, istana ini dijaga oleh pasukan gajah putih dan beterbangan elang berkepala putih di atasnya. Diceritakan juga, bahwa tingkat intelegensia masyarakatnya di atas rata-rata manusia normal. Disekitar 5 km barat daya Candi Muara Takus terdapat sebuah kampung bernama Koto Suwana. Di sana terdapat bekas dermaga kuno yang diduga sebagai bekas pelabuhan utama Suvarnavipa.

Kisah ini diwariskan turun temurun oleh keturunan Andiko 44 (sistem kedautan/pemerintahan Kampar) yang kini dipimpin oleh seorang Datuk bernama Ninik Datuk Rajo Dubalai ke 96 dengan gelar Maharaja Diraja.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian metode kualitatif dengan penyajian analisis secara deskriptif yaitu penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau dari cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif dapat menunjukkan pada penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, atau hubungan kekerabatan (dalam Arifin, 2006: 30).

Menurut Kirk dan Miller (Arifin: 2006: 30) penelitian kualitatif merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan social yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan Perilaku yang diamati.

Metode kualitatif dapat juga digunakan untuk menemukan dan memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadang kala merupakan sesuatu yang sulit untuk diketahui atau dipahami. Pada dasarnya ada tiga komponen pokok dalam penelitian kualitatif, yakni:

a. Adanya data sebagaimana yang biasa datang dari berbagai sumber, interview atau

wawancara dan observasi itu merupakan sumber-sumber paling umum.

- b. Penelitian kualitatif terdiri atas interpretasi yang berbeda guna memperoleh hasil penemuan atau teori-teori, prosedur-prosedur ini termasuk teknik-teknik konseptualisasi data. Proses ini dinamakan *coding* yang divariasikan dengan latihan, pengalaman, dan tujuan penelitian.
- c. Penulisan dan laporan-laporan verbal, hal ini ditunjukkan dan diarahkan dalam jurnal ilmiah atau komprehensi dan mengambil bentuk yang bervariasi itu bergantung pada audiensi dan aspek dari penemuan-penemuan atau teori-teori yang sedang dipresentasikan. (Arifin. 2006: 33-34)

Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini penulis akan menguraikan dan membahas hasil dari observasi dan wawancara yang telah dilakukan secara langsung di lapangan mengenai Strategi komunikasi Riau *Rhtym Chamber* Indonesia dalam mempromosikan calempung Kampar Provinsi Riau.

Dibutuhkan beberapa tahapan untuk dapat mencapai target promosi yang diinginkan, dengan mengklasifikasikan tahapan – tahapan strategi yang terstruktur sesuai dengan konsep komunikasi yang sudah ada. Penulis ingin mengetahui bagaimana Riau *Rhtym Chambers* Indonesia merancang strategi komunikasi mulai dari menentukan khalayak, merancang dan menentukan pesan yang ingin disampaikan, menentukan metode yang akan dilakukan dan menentukan media – media apa saja yang akan digunakan dalam rangka

promosi calempong Kampar Provinsi Riau.

Strategi menentukan khalayak Riau *Rhtym Chambers* Indonesia, dalam mempromosikan musik tradisional (calempong) Kampar Provinsi Riau

Target yang menjadi sasaran promosi Riau *Rhtym Chambers* Indonesia adalah institusi musik dan pendidikan, para promotor musik, musisi muda daerah dan masyarakat luas, agar *calempong* Kampar dapat diketahui oleh semua kalangan luas.

Institusi

Salah satu target promosi khalayak Riau *Rhtym Chambers* Indonesia khalayak untuk calempong kampar adalah beberapa institusi musik, budaya dan pendidikan yang ada di Indonesia maupun luar Indonesia pada tahun 2014 – 2015.

Promotor musik

Yang menjadi target khalayak berikutnya ialah para promotor musik, berguna untuk memudahkan seluruh rangkaian pertunjukan dan memberikan jalan agar promosi calempong kampar bisa mencapai target yang diinginkan, seperti kutipan wawancara berikut:

“ Para promotor–promotor nasional dan internasional sangat kami butuhkan untuk proses promosi ini, kami sudah melakukan beberapa komunikasi kepada beberapa promotor nasional dan internasional, mereka menjadi jembatan penghubung kepada target promosi yang lebih luas. Kami juga baru selesai melangsungkan

pertunjukan di OZ ASIA FESTIVAL di Australia, ini berkat promotor yang suka dengan musik ini” (hasil wawancara dengan Refi Lesta Hakim tim manajemen Riau *Rhtym Chambers* Indonesia, Rendra pada tanggal 03 Desember 2016)

Berdasarkan hasil wawancara, Riau *Rhtym Chambers* Indonesia sangat membutuhkan jasa seorang promotor agar promosi berjalan lebih baik dan segmentasi khalayak dapat tercapai tidak hanya di nasional bahkan mencapai target Internasional.

Musisi muda dan Masyarakat

Riau *Rhtym Chambers* Indonesia juga menargetkan khalayak musisi – musisi muda yang berada didaerah Provinsi Riau maupun diluar Provinsi Riau. Berikut hasil wawancara peneliti dengan narasumber:

“Kami mempunyai keinginan yang besar agar musik calempong ini lebih dikenal lagi dengan turun langsung kekalangan musisi – musisi muda yang mempunyai minat tentang budaya Indonesia, kami melakukan rangkaian perjalanan untuk edukasi dan pertunjukan kebeberapa forum

musisi muda
seperti balai
pemuda di
Surabaya, Forum
Tembi di
Jogjakarta, celah
langit di Bandung,
Rumah Dunia di
Banten dan
beberapa cafe di
Pekanbaru.” (hasil
wawancara dengan
Refi Lesta Hakim
selaku tim
manajemen Riau
Rhtym Chambers
Indonesia, tanggal
04 Desember 2016)

Dari hasil wawancara diatas
segementasi khalayak seperti anak
muda menjadi faktor pendukung
untuk berlangsungnya suatu proses
promosi

Strategi Pesan Riau Rhtym Chambers Indonesia, Dalam Mempromosikan Musik Tradisional (calempong) Kampar Provinsi Riau

Dalam menentukan strategi pesan
yang akan digunakan Riau Rhtym
Chambers Indonesia Dalam hal ini tim
Promosi Riau Rhtym Chambers
Indonesia menentukan waktu yang
tepat untuk Album tersebut
diluncurkan dan mengambil isi dan
tema yang tepat agar pesan dalam
rangka promosi ini tepat sasaran.
Riau Rhtym Chambers Indonesia
menentukan waktu yang tepat dan
menentukan kemana saja album
tersebut akan dipromosikan serta
mengambil tema yang tepat pula dan
juga menentukan metode agar album
yang diterbitkan bisa menarik
perhatian promotor musik agar
album ini dapat diterima dan
dipasarkan secara nasional ataupun

internasional.

Tidak hanya itu, dalam hal ini
tim promosi dan manajemen Riau
Rhtym Chambers Indonesia juga
mempelajari keunikan dan kelebihan
album ini yang tentu saja mengenai
calempong Kampar. Hal ini berguna
agar ketika tim promosi dan
manajemen melakukan promosi bisa
menarik perhatian masyarakat.

Metode Yang Digunakan Riau Rhtym Chambers Indonesia Dalam Mempromosikan Musik Tradisional (calempong) Kampar Provinsi Riau

Penggunaan strategi
komunikasi tentu menjadi alasan
tertentu bagi Riau Rhtym Chambers
Indonesia. Salah satunya agar
penyampaian pesandapat diterima
dengan baik oleh musisi, seniman
dan khalayak umum. Untuk
mencapai tujuan yang telah
ditetapkan, memerlukan strategi atau
cara yang khusus, yang harus
dimiliki oleh Riau Rhtym Chambers
Indonesia dalam
mengkomunikasikan informasi/
pesan yang sesuai dan tepat pada
sasarannya. Oleh sebab itu, strategi
sangat berpengaruh terhadap pola
penyampaian pesan atau informasi
dalam proses sosialisasi yang
dilakukan oleh Riau Rhtym
Chambers Indonesia.

Pesan komunikasi
mempunyai tujuan tertentu. Begitu
juga dengan kegiatan dalam
mempromosikan yang tidak terlepas
dari kegiatan komunikasi.
Keberhasilan komunikasi secara
efektif banyak ditentukan oleh
penentuan strategi komunikasi yang
tepat. Dilain pihak jika tidak ada
strategi komunikasi yang baik, efek
dari komunikasi bukan tidak
mungkin akan menimbulkan
pengaruh negatif. Adapun

perencanaan pesan yang dilakukan Riau Rhtym Chambers Indonesia melakukan promosi *calempong* Kampar adalah pesan edukatif.

Dalam mempromosikan *Calempong* Kampar, Riau Rhtym chambers Indonesia melakukan beberapa tahapan metode dalam melakukan promosi *calempong* Kampar yaitu bersifat informatif, persuasif dan edukatif.

hewan berjenis reptil tersebut.

Strategi Media Riau Rhtym Chambers Indonesia Dalam Mempromosikan Musik Tradisional (calempong) Kampar Provinsi Riau

Dalam melaksanakan suatu strategi komunikasi, dapat dilakukan dengan pemilihan media komunikasi sebagai sarana penyampaian pesan. Pemilihan media komunikasi bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan dan teknik yang akan dipergunakan. Pemilihan media merupakan salah satu strategi komunikasi dan menunjang keberhasilan dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Maka dari itu dalam rangka promosi *calempong* Kampar, Riau Rhtym chambers Indonseia juga menggunakan media dalam menyampaikan isi edukasi mereka, berikut adalah beberapa media yang digunakan Riau Rhtym chambers Indonseia.

A. Media Massa

Selain menggunakan media kelompok, Riau Rhtym Chambers Indonesia juga melakukan promosi dengan menggunakan strategi melalui media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan

menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

1. Media Elektronik

Strategi komunikasi lain yang dilakukan Riau Rhtym Chambers Indonesia adalah dengan menggunakan media massa. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan bekerja sama dengan media cetak maupun media elektronik.

2. Media Cetak

Media cetak ataupun surat kabar merupakan media yang mengutamakan pesan-pesan visual. Ada beberapa surat kabar yang terdapat di Kota Pekanbaru sebagai media yang digunakan oleh Riau Rhtym Chambers Indonesia dalam mempromosikan *calempong* Kampar, seperti Tribune Pekanbaru, Riau Pos dan beberapa harian yang ada di Kota Pekanbaru.

3. Internet

Internet memungkinkan hampir semua orang dibelahan dunia manapun untuk saling berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Fitur-fitur internet yang canggih membuat pengguna internet dapat bertukar pesan dengan orang lain walaupun dari jarak yang jauh. Diantarnya fitur internet yang paling populer yaitu *e-mail* dan *world wide web (www)*. Fitur *world wide web (www)* sendiri adalah sebuah situs yang sangat luas yang dapat dikunjungi oleh siapa saja dengan program *browser* dan dengan meyambungkan komputer pada internet.

Menurut Stephen Harnard (dalam Vardiansyah, 2004: 106) internet merupakan revolusi keempat dalam perubahan radikal kontruksi pengetahuan umat manusia. Revolusi pertama terjadi pada ribuan tahun yang lalu ketika bahasa pertama

muncul dalam spesies *homosapiens*. Revolusi kedua ketika ditemukannya tulisan. Revolusi ketiga ketika Guttenberg muncul dengan mesin cetaknya. Kemudian, menurut Harnard, yang terjadi adalah beberapa evolusi sebelum akhirnya umat manusia memasuki revolusi keempat dalam perubahan radikal konstruksi pengetahuannya, yakni ketika seluruh evolusi dan temuan setelah Guttenberg itu menyatu dalam satu “big-bang” teknologi internet”.

Dengan adanya internet, tentunya hal ini dimanfaatkan oleh Riau *Rhtym Chambers* Indonesia sebagai salah satu strategi komunikasi dalam mempromosikan *calempong* Kampar. Layanan internet yang digunakan oleh Riau *Rhtym Chambers* Indonesia adalah situs www.riaurhtym.com melalui situs tersebut Riau *Rhtym Chambers* Indonesia dan media sosial facebook Riau *Rhtym Chambers* Indonesia, Twitter @Riaurhtym, instagram @Riaurhtym dan *Youtube* Riau *Rhtym Chambers* Indonesia, berusaha memberikan informasi mengenai *calempong* Kampar kepada masyarakat.

Pembahasan

Dalam hal menimbulkan kesadaran bahwa ternyata musik ataupun alat *calempong* tidak hanya dikenal di Sumatera bagian barat, Riau juga memiliki *calempong* dengan sejarahnya yang panjang dan sudah ada keberadannya dari jaman Hindu Budha di dataran Sumatera khususnya daerah Kampar Riau, Riau *Rhtym Chambers* Indonesia ingin mengangkat sejarah ini kembali kepermukaan kemudian dijadikan materi baru dalam album mereka yang bertajuk “*Sound of Svarnadvipa*” serta mengembangkan

dan mempromosikan musik *calempong* Kampar ini dengan mengumpulkan materi dan menjalani observasi tentang keberadaan lebih jauh musik dan alat musik *calempong* Kampar ini.

Dalam mempromosikan musik *calempong* Kampar Riau *Rhtym Chambers* Indonesia menentukan strategi komunikasi yang tepat guna promosi yang akan dilakukan. Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain dibutuhkan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi (Effendy,2005:10).

Agar komunikasi secara tepat mengenai pada sasaran yang hendak dicapainya, maka suatu komunikasi haruslah dilakukan secara terencana dan strategis. Suatu komunikasi yang diharapkan efektivitasnya tidaklah dilakukan secara asal, melainkan membutuhkan persiapan-persiapan dan perencanaan yang matang. Suatu perencanaan komunikasi meliputi strategi, dimana strategi ini menyangkut tindakan yang akan dilakukan serta manajemen.

Riau *Rhtym Chambers* Indonesia juga mendorong individu, komunitas, lembaga pendidikan,. Serta mengajak dan mengedukasi masyarakat mengenai salah satu musik dan alat musik asli daerah Provinsi Riau yaitu *calempong* Kampar. Dalam mencapai tujuannya tersebut, Riau *Rhtym Chambers* Indonesia melakukan strategi komunikasi kepada seluruh lapisan masyarakat. Strategi komunikasi yang dilakukan Riau *Rhtym Chambers* Indonesia dapat dilihat

dari penentuan sasaran komunikasi, media yang digunakan, strategi pesan, dan peranan dalam komunikator .

Kesimpulan

Berdasarkan hasildan pembahasan dari peneltian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Riau *Rhtym Chambers* Indonesia melakukan observasi terlebih dahulu dalam menentukan khalayaknya. Target khalayak Riau *Rhtym Chambers* Indonesia adalah isnstitusi musik dan pendidikan, promotor musik, musisi dan anak muda, masyarakat umum.
2. Pesan Riau *Rhtym Chambers* Indonesia mengambil keunikan seni calempong yaitu dengan menggunakan bahasa Melayu kuno dan syair kuno yang mulai hilang eksistensinya dan dikemas dengan pengembangan musik yang dilakukan oleh Riau *Rhtym Chambers* Indonesia.
3. Riau *Rhtym chambers* Indonesia memberikan informasi, edukasi dan mempersuasi khalayak mereka . Dalam hal ini Riau *Rhtym Chambers* Indonesia secara tidak langsung juga turut memberikan pengetahuan tentang salah satu akar musik Riau yaitu *calempong* dan musik Kampar, dan juga memberikan edukasi bahwa alat musik asli Provinsi Riau. Upaya edukasi yang dilakukan diantaranya yaitu dengan mengajak dan memberikan pengetahuan tentang musik calempong kepada masyarakat, musisi dan pelajar yang berada di Provinsi Riau maupun diluar Provinsi Riau dengan menggandeng berbagai lembaga dan pemerintahan diluar

Provinsi. Serta menimbulkan kesadaran akan eksistensi calempong Kampar.

4. Media yang digunakan oleh Riau *Rhtym Chambers* Indonesia dalam mempromosikan musik calempong adalah secara langsung dan media massa berupa elektronik (TV), cetak (album, koran) dan media sosial (*I-Tunes, facebook, twitter, youtube & instagram*).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Dalam hal menentukan khalayak Riau *Rhtym Chambers* Indonesia baiknya lebih menentukan pasar yang akan menjadi target promosi calempong kampar, agar lebih tepat sasaran
2. Untuk menentukan strategi pesan yang dilakukan Riau *Rhtym Chambers* Indonesia agar lebih melakukan pengembangan dan mencari lebih jauh keunikan – keunikan dari calempong Kampar dan materi – materi yang akan disampaikan lebih disederhanakan agar dapat dengan mudah diterima oleh seluruh lini masyarakat.
3. Diharapkan Riau *Rhtym Chambers* Indonesia lebih banyak menyelenggarakan *workshop* didalam dan diluar Provinsi Riau agar masyarakat luas lebih tau dan target promosi menjadi lebih luas, memberi pengetahuan disekolah dan institusi pendidikan dan kebudayaan juga diperbanyak guna tercapainya target promosi.
4. Media pemerintah sangatlah membantu untuk promosi

calempong oleh Riau *Rhythm Chambers* Indonesia, penulis mengharapkan juga pemerintah turut membantu secara penuh dalam rangka promosi, karena menyangkut promosi budaya provinsi dan pengembangan budaya asli Provinsi Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin Jaenal dan Syamsir Salam. 2006. *Metodelogi Penelitian Sosial*. Jakarta: UIN Jakarta Press.
- Astrid. S Susanto.1997. *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*. Bina Cipta. Jakarta.
- Cangara, Hafield. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Djohan. (2010). *Respons Emosi Musikal*. Bandung : Lubuk Agung.
- Effendy, Onong Uchjana, 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Erlangga
- Kodijat, Latifah, 2004. *Tanganada Dan Trinada*. Jakarta: Djambatan.
- Kriyantono, Rachmat, 2008. *Public Relation Writing*. Jakarta : Kencana Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Media Group.
- Martin, Bernstein.& Martin. Picker, 1972. *An Introduction to Music*. America: Prentice Hall.
- Moelong, Lexy J,2005.*Metode Penelitian Kualitatif*.Bandung.Remaja Rosdakarya
- Moelong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung.Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Oxford Esiklopedi pelajar (Edisi ke tujuh), 2005. *Esiklopedi Musik*. Jakarta: Pusat Perbukuan.
- Patilima, Hamid, 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.
- Saladi, Djaslim. 1997. *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Mondar Maju
- Schramm Wilbur, 1995. *The Process Effect Of Mass Communication*, University Of Illinois Press Urbana
- Shimp, Terence A. (2000). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Stanton, J, William. 1991. *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Sukandarrumidi. 2004. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gajahmada University Press.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung Remaja Rosda Karya

- Suprpto, 2009. *Komunikasi Organisasi*, Jakarta :Edisi V. Cetakan ketujuh
- Syam, Nina Winangsih. 2001. *Perencanaan Pesan dan Media*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Umar, Husein. (2002). *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Sun
- Vardiansyah, Dani dkk, 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ghalia Widiasa Indonesia, Jakarta.
- William P. Malm, 1993, *Kebudayaan Musik Pasiflk, Timur Tengah, dan Asia*, dialihbahasakan oleh Muhammad Takari, Medan: Universitas Sumatera Utara Press.

Sumber Lain:

- (<http://cabiklunik.blogspot.co.id/2013/12/riau-rhythm-chambers-menarik-perhatian.html> diakses pada tanggal 23 Desember 2015. 20:55 WIB.)
- (<http://communicationdomain.wordpress.com/2011/03/13/konsep-dasarperencanaan-komunikasi/>)
- (<http://liandamarta.com/2014/04/05/jejak-suara-suvarnavipa-by-riau-rhythm-chambers-indonesia.html> di akses pada tanggal 23 Desember 2015. 20:25 WIB.)
- (<http://riaupos.co/1629-spesial-menarik-perhatian-kurator-esplanade-singapura.html#.VIHqfYTfL> ddi akses pada tanggal 23 Desember 2015. 21:15 WIB.)
- (<http://www.ridwaniskandar.files.wordpress.com>), artikel diakses pada 21 Oktober pukul 20.15
- www.riaurhytmchambers.com
www.google.com