PROGRAM *LIVE MUSIC* DALAM MEMBENTUK CITRA KAFE
(Studi Deskriptif Di Adelia Cafe Bojonegoro)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S. Sos.)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi

KEMENTERIAN AGAMA
PERPUSTAKAAN
IAIN SUNAN AMPEL

PERPUSTAKAAN
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA
No. KLAS: K D.204 037 Kom
No. REG: D.2011/Kom/37
ASAL BUKU:
TANGGAL:

Oleh :
MARIYA ULFA
NIM. B06207052

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JULI 2011

GADJAHBELANG
0439407-5953789

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

PENULISAN SKIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mariya Ulfa

NIM : B06207052

Prodi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Kebonagung, Padangan, Bojonegoro

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun
2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain
3) Apabila ini kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 12 Juli 2011

Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL
PAJAK MEMBANGUN BANGSA
TGL. 20
F7767AAF746687295
ENAM RIBU RUPIAH
6000 DJP

(Mariya Ulfa)
NIM. B06207052

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama	: Mariya Ulfa
NIM	: B06207052
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul	: Program *Live Music* Dalam Membentuk Citra Kafe (Studi Deskriptif di Adelia Cafe Bojonegoro)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 12 Juli 2011

Dosen Pembimbing

Dr. H. Aswadi, M. Ag
NIP. 196004121994031001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Mariya Ulfa ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 12 Juli 2011

Mengesahkan
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Dakwah

Dekan,

Dr. H. Aswadi, M. Ag
NIP. 196004121994031001

Ketua,

Dr. H. Aswadi, M. Ag
NIP. 196004121994031001

Sekretaris,

Dra. Pudji Rahmawati M. Kes
NIP. 196703251994032002

Penguji I,

Moch. Choirul Arif S.Ag, M. Fil.
NIP. 197110171998031001

Penguji II,

Drs. Agoes Moh. Moefad S. H, M. Si.
NIP. 197008252005011004

ABSTRAK

Mariya Ulfa, B06207052, 2011. Program *Live Music* Dalam Membentuk Citra Kafe (Studi Deskriptif Di Adelia Cafe Bojonegoro). Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Program *Live Music,* Membentuk Citra Kafe.

Ada dua persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu: (1) Bagaimana Adelia Cafe mengkonsep pengemasan program *live music* dalam membangun citra kafenya? (2) Bagaimana persepsi, kognisi, motivasi dan sikap pengunjung mengenai konsep pengemasan program *live music* yang ada di Adelia Cafe.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, maka dalam penelitian ini digunakan metode kualitatif deskriptif yang memaparkan fakta dan data mengenai program *live music* kaitannya dengan upaya membentuk citra Adelia Cafe, kemudian data tersebut dianalisis dengan teori model pembentukan citra pengalaman mengenai stimulus milik John S. Nimpoeno, sehingga diperoleh gambaran yang sesuai yakni mengenai persepsi, kognisi, motivasi serta sikap pengunjung mengenai konsep pengemasan program *live music* yang ada di Adelia Cafe itu sendiri.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa konsep pengemasanya *live music* yang ada di Adelia Cafe berbeda dengan konsep pengemasanya *live music* yang ada pada kafe-kafe lainnya. Umumnya, kafe-kafe lain menyajikan *live music* dengan menghadirkan penyanyi ataupun band secara langsung dihadapan pengunjung, baik penyanyi ataupun band tersebut dari tingkat lokal maupun nasional pada setiap performanya, namun Adelia Cafe memberikan konsep pengemasan yang berbeda yakni dengan tidak menyediakan penyanyi untuk menghendel acara, tetapi pihak adelia menyediakan MC (*master of ceremony*) untuk menghendel acara tersebut sehingga tamu ataupun pengunjung bisa ikut berpartisipasi untuk menyanyi dalam acara *live music.* MC (*master of ceremony*) itu sendiri diambil dari *waitress* dari Adelia Cafe sendiri, sehingga hal ini akan lebih mendekatkan pengunjung dengan *waitress* Adelia Cafe tentunya. Selain itu, dengan konsep pengemasan *live music* yang sedemikian itu ternyata mendapatkan respon dan anemo yang positif pula dari pengunjung, dan pada akhirnya akan berujung pada citra positif kafe itu sendiri.

Bertitik tolak dari penelitian ini, saran yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pengelola kafe dan pihak lainnya dalam membangun citra kafe adalah dapat ditekankan pada kreatifitas dalam menyajikan konsep pengemasan *live music*, yakni dengan memberikan konsep yang berbeda-beda dan unik pada tiap penyajiannya agar pengunjung tidak merasa cepat bosan dengan konsep pengemasan *live music* yang sudah ada.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
ABSTRAK vii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi

BAB I : PENDAHULUAN 1
A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 7
C. Tujuan Peneltian 7
D. Manfaat Penelitian 7
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 8
F. Definisi Konsep 11
G. Kerangka Pikir Penelitian 13
H. Metode Penelitian 14
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 14
2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian 15
3. Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 15
4. Tahap-tahap Penelitian 21
5. Teknik Analisis Data 23
6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 25
I. Sistematika Pembahasan 28

BAB II : KAJIAN TEORITIS 30
A. Kajian Pustaka 30
1. Membentuk Citra 30
a. Pengertian Citra 30
b. Proses Pembentukan Citra 31
2. Program *Live Music* 35
a. Pengertian *Music* 35
b. Genre *Music* 42
c. Program *Live Music Performance* 48
3. Program *Live Music* Sebagai Media Pembentuk Citra Kafe 50
B. Kajian Teori 53
Teori Pembentukan Citra Model John S. Nimpoeno 53

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III : PENYAJIAN DATA 57
A. Deskripsi Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian 57
1. Profil Informan 57
2. Obyek Penelitian 58
3. Lokasi Penelitian .....
a. Profil Perusahaan .....
b. Logo .....
c. Sejarah Tentang Adelia Cafe 63
d. Motto 63
e. Struktur Organisasi 64
f. Fasilitas Penunjang dan Menu 64
g. Kapasitas 68
h. Media Promosi 69
B. Deskripsi Data Penelitian .....
1. Data Tentang Konsep Pengemasan Program *Live Music* Dalam Membentuk Citra Kafe 70
a. Program *Live Music* 70
b. Konsep Pengemasan Program *Live Music* 71
c. Genre *Music* yang Digunakan Dalam Program *Live Music* 73
d. Citra yang Ingin Diraih 75
2. Deskripsi Data Tentang Persepsi, Kognisi, Motivasi Dan Sikap Pengunjung Mengenai Konsep Pengemasan Program *Live Music* Yang Ada Di Adelia Cafe 76

BAB IV : ANALISIS DATA 80
A. Temuan Penelitian 80
1. Temuan Penelitian Tentang Konsep Pengemasan Program *Live Music* Dalam Membentuk Citra Kafe 80
2. Temuan Penelitian Tentang Persepsi, Kognisi, Motivasi Dan Sikap Pengunjung Mengenai Konsep Pengemasan Program *Live Music* Yang Ada Di Adelia Cafe 91
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori 98

BAB V : PENUTUP 102
A. Simpulan 102
B. Rekomendasi 104

DAFTAR PUSTAKA

BIODATA PENULIS

LAMPIRAN-LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 20
Tabel 3.1. Profil Informan 57

KEMENTERIAN AGAMA PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Pikir Penelitian..... 13
Gambar 1.2. Komponen Analisis Data Model Interaktif 24
Gambar 2.1. Model pembentukan Citra Pengalaman Mengenai Stimulus . 54
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Adelia Cafe..... 64

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kota Bojonegoro dikenal sebagai salah satu kota penghasil minyak bumi terbesar di kawasan Asia setelah Blok Cepu. Banyak orang asing yang datang ke kota ini dalam proyek pengeboran minyak. Berbagai sarana dan prasarana pun telah dibangun untuk mendukung Bojonegoro sebagai salah satu kota penghasil minyak ini, diantaranya adalah hotel, cafe & resto, tempat karaoke sebagai sarana hiburan baik untuk masyarakat lokal maupun wisatawan asing.

Pertumbuhan dan perkembangan sarana prasarana di kota Bojonegoro diiringi dengan pertumbuhan serta perkembangan sarana wisata alam maupun wisata malamnya. Keberadaan *cafe, pub, lounge, bar* serta tempat karaoke telah memberi warna serta corak tersendiri pada hiburan dan wisata di kota Bojonegoro. Diantara tempat hiburan yang ada, kafe merupakan sarana hiburan dan tujuan wisata yang pertumbuhannya cukup pesat. Menjelang akhir tahun 2010, setidaknya tercatat tidak kurang dari 7 cafe & resto telah berdiri di kota Bojonegoro, diantaranya adalah Javanilla Cafe & Resto, MCM Resto & Music, Singapure Dance & Music, Pizza & Pasta Cafe, Cheers Pub & Karaoke, Dermaga Cafe serta Adelia Cafe & Resto sendiri.[1]

---

[1]Hasil observasi peneliti pada tgl 1-7 Desember 2010, Jam 07:00-12:00 di Kafe Bojonegoro.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kafe merupakan bagian dari budaya pop, sebagai bagian dari budaya populer masyarakat masa kini. Budaya pop adalah suatu budaya yang diproduksi secara komersial dan tidak ada alasan untuk berpikir bahwa tampaknya ia akan berubah dimasa yang akan datang. Budaya pop terbangun melalui produksi makna populer yang terbentuk pada saat konsumsi.[2]

Dengan kata lain, budaya pop sesungguhnya adalah suatu kegiatan kebudayaan dan citra budaya yang berasal dari lingkungan sehari-hari yang kemudian diperhatikan, diinterpretasi, dan dipakai oleh orang-orang biasa atau masyarakat atau bahkan kadang-kadang budaya pop tersebut meski dengan cara yang sangat bertentangan setelah diedarkan oleh industri kebudayaan dan media massa tetap saja dianut oleh masyarakat. Secara singkatnya, budaya popular atau yang lebih sering disebut dengan budaya pop adalah apapun yang terjadi disekeliling kita setiap harinya, baik itu berupa pakaian, musik, film, makanan, tempat seperti cafe, resto dan lainnya.

Keberadaan kafe telah menjadi *life style* bagi masyarakat perkotaan tidak terkecuali masyarakat kota Bojonegoro. Beraneka aktivitas masyarakat perkotaan pun memanfaatkan sarana dan fasilitas yang dimiliki oleh kafe. Aktivitas formal dan informal semuanya dapat dilaksanakan di tempat yang memiliki nuansa serta suasana yang begitu khas ini. Mulai kegiatan bisnis, hang out ataupun sekedar makan serta refreshing merupakan bagian dari aktivitas masyarakat perkotaan yang dapat dilaksanakan di kafe. Suasana

---

[2]Crish Barker, *Cultural Studies; Teori & Praktik*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), hlm. 50.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kafe yang begitu khas serta sajian menu yang dihadirkan kafe begitu beragam, mulai dari sajian khas nusantara hingga *beverages* internasional. Berbagai minuman khas pun dapat dijumpai, mulai dari *cocktail, brandy, beer, juice, champaigne* bahkan *coffe* ataupun sekedar *ice tea.* Tidak sampai disini saja, *live entertaintment*nya pun secara khusus disuguhkan pihak pengelola guna meraih simpati pengunjung serta mempertahankan pelanggan setianya.

Pertumbuhan dan perkembangan usaha bisnis sangat *happening* saat ini bila dibandingkan dengan tempat tujuan wisata ataupun tempat hiburan malam lainnya. Bisnis kafe merupakan usaha yang paling pesat pertumbuhan dan perkembangannya. Selain meyajikan menu yang beraneka ragam, pengelola kafe juga menghadirkan sajian hiburan sebagai daya tarik sekaligus *point selling* bagi perusahaannya.

Keberadaan kafe-kafe di kota Bojonegoro tidak hanya menghadirkan makanan dan minuman tradisional sampai internasional saja, namun keberadaanya menghadirkan pula persaingan yang tajam didalam meraih simpati pengunjung serta mempertahankan pelanggan setianya.

Adelia merupakan salah satu dari sekian banyak cafe yang memiliki ciri khas tersendiri di kota Bojonegoro. Sedangkan ciri khas (*house style*) dan identitas perusahaan (*corporate identity*) bentuknya bisa bermacam-macam, tergantung pada bentuk dan karakter organisasinya. Ciri khas organisasi atau identitas perusahaan ini sengaja diciptakan untuk mengingatkan khalayak atas keberadaan organisasi yang bersangkutan.[3]

---

[3]Linggar Anggoro, *Teori Dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia, Edisi. 1, Cet. Ke-4*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), hlm 86.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adelia adalah kafe yang bediri pada bulan Maret 2002, dengan memadukan konsep cafe & resto, Adelia turut menyemarakan dunia wisata dan hiburan di kota Bojonegoro. Adelia Cafe berada di Jl.Gajah Mada 122 Bojonegoro. Adelia hadir dengan konsep serta suasana yang khas namun tidak meninggalkan *live entertaintment* sebagai *trade mark* kafe selama ini.

Sejak pertama kali menancapkan kukunya di bidang usaha cafe, begitu banyak langkah-langkah inovatif yang dilakukan pihak managemen terutama di bidang *live music* yang nota bene merupakan bagian penting dari *live entertaintment* yang di suguhkan pihak pengelola bagi pengunjungnya. Menurut Drucker, "inovasi adalah cara-cara yang digunakan pengusaha untuk menciptakan sumber daya baru yang memproduksi kekayaan atau mendayagunakan sumberdaya yang sudah ada, dengan meningkatkan potensinya, untuk menghasilkan kekayaan".[4]

Hiburan *live music* di Adelia Cafe ini berbeda dengan *live music* di kafe-kafe lainnya. Jika di kafe lain *live music*nya secara regular diisi oleh band ditingkat lokal maupun regional, bahkan tidak jarang menghadirkan bintang tamu level nasional maupun international, namun di Adelia Cafe ini *live music*nya lebih sering pengunjung sendiri yang ikut berpartisipasi untuk menyanyi, meskipun pada even-even tertentu kadang masih mengundang bintang tamu.

Bukan hanya sekedar melakukan langkah inovatif yang memberikan konsep pengemasan program *live music* secara berbeda saja,

---

[4]Michael A. Hitt dkk, *Manajemen Strategis, Daya Saing dan Globalisasi; Konsep" Buku 2*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hlm. 216.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

namun Adelia Cafe juga mengambil langkah dengan menggunakan media untuk menuju kearah yang lebih maju dalam meraih citra kafenya.

Dalam sebuah buku yang berjudul "Strategi *Public Relations*" disebutkan bahwa : Agar informasi sampai ke target *audience* secara efektif dibutuhkan media untuk meyampaikan informasi tersebut. Media bisa bersifat massal, seperti media televisi, media cetak, radio, dan pemanfaatan event-event berskala internasional. Tapi bisa juga media tersebut bersifat *captive,* atau spesifik dalam menjangkau target *audience* tertentu. Seperti misalnya majalah internal, majalah hobi, ataupun event-event lokal yang menjangkau konsumen ataupun karyawan perusahaan.[5]

Umumnya citra kafe memang sudah terlanjur negatif dimata masyarakat karena tidak jarang kafe yang rentan menyimpang dari fungsi sebenarnya. Artinya, kafe yang semula dibuka sebagai tempat santai atau relaksasi kemudian sering digunakan untuk transaksi hal-hal yang dilarang agama apapun. Namun Adelia Cafe berbeda dengan kafe-kafe lain pada umumnya. Bisa dipastikan bahwa Adelia adalah pertama dan satu-satunya kafe yang bersih dari kemaksiatan. Ini terbukti dengan tidak adanya hal-hal yang menjadi indikator kemaksiatan seperti halnya menjual minuman beralkohol, penampilan DJ (*Dics Jocker*), tidak adanya perempuan-perempuan yang berpakaian mini pada setiap penampilan *live music,* dan lainnya. Awalnya, memang ada, namun untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan serta untuk membangun citra kafe sendiri maka hal

[5]Silih Agung Wasesa, *Strategi Public Relations, Bagaimana Strategi Public Relations dari 36 Merek global dan Lokal Membangun Citra, Mengendalikan Krisis, dan Merbut Hati Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 69.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut dihentikan dan diganti dengan penampilan *live music* dari pengunjungnya sendiri.

Program *live music* merupakan bagian dari strategi pengelola Adelia Cafe dalam meraih simpati serta mempertahankan pelanggan setianya. J. L. Thompson (1995) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir: 'Hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.[6] Oleh karena itu, sebagai bagian dari sebuah kebijakan, keberadaan program *live music* di Adelia Cafe haruslah berdasarkan atas pertimbangan bukan sekedar intuisi ataupun insting belaka. Konsep pengemasan program *live music* di Adelia Cafe selain sebagai daya tarik, juga merupakan sarana pengelola dalam mewujudkan citra kafe yang selalu menyajikan hiburan berbeda bagi setiap pengunjung serta pelanggan setianya karena disana pengunjung bisa ikut berpartisipasi untuk bernyanyi.

Program *live music* merupakan daya tarik sekaligus sarana bagi pihak pengelola dalam meraih tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, sehingga hal tersebut sangatlah menarik minat peneliti untuk meneliti konsep pengemasan program *live music* di Adelia Cafe dalam meraih tujuan-tujuan pihak pengelola, mengingat banyaknya kafe-kafe yang turut menyajikan sajian yang sama sebagai daya tarik sekaligus sarana pencapaian tujuan pengelola.

---

[6]Sandra Oliver, *Strategi Public Relations,* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2007), hlm. 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian fenomena di atas, yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Adelia Cafe mengkonsep pengemasan program *live music* dalam membentuk citra kafenya?
2. Bagaimana persepsi, kognisi, motivasi serta sikap pengunjung mengenai konsep pengemasan program *live music* yang ada di Adelia Cafe.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep pengemasan program *live music* yang disajikan Adelia Cafe dalam membentuk citra kafenya serta untuk mengetahui persepsi, kognisi, motivasi dan sikap pengunjung mengenai konsep pengemasan program *live music* yang ada di Adelia Cafe.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan disiplin ilmu komunikasi serta dapat menjadi wacana baru bagi konsentrasi *public relations.*

2. Manfaat Praktis

   Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengelola Adelia Cafe serta dapat memberikan masukan bagi pengelola

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sekaligus dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengusaha yang hendak terjun dibidang ini.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Tidak dapat dipungkiri adanya kenyataan bahwa cukup banyak karya- karya penelitian, baik berupa buku, jurnal, skripsi, majalah maupun hasil penelitian yang berbentuk karya tulis lainnya yang membahas perihal pembentukan maupun pengembangan citra yang telah dihasilkan oleh para peneliti, akademisi, pemerhati, ilmuwan, intelektual maupun para praktisi yang konsen dan mempunyai spesifikasi keilmuwan dalam bidang *public relations.* Namun sepanjang pengetahuan peneliti, kajian yang membahas tentang Program *Live Music* Dalam Membentuk Citra Kafe (Studi Deskriptif di Adelia Cafe Bojonegoro) belum pernah ada yang mengkajinya. Kalaupun ada, hasil penelitian terdahulu yang mengkaji mengenai upaya membangun citra itu pun mengambil lokasi penelitian dan objek kajian yang berbeda dengan penelitian ini.

Kendati demikian, sebagai bahan perbandingan, berikut ini akan peneliti deskripsikan hasil rujukan penelitian terdahulu yang terkait dan menjadi rujukan dalam penelitian ini diantaranya adalah:

1. Skripsi yang ditulis oleh Sulaikha, Fakultas Dakwah, Program Studi Ilmu Komunikasi, 2007, dengan judul "Membangun Citra Positif Melalui Aktiivitas Public Relations (Studi Deskriptif PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Pembantu Sidoarjo)". Kajian ini membahas tentang bagaimana

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

aktivitas *Public Relations* di PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Pembantu Sidoarjo dalam upaya membangun citra positif pada publik.

Temuan yang dihasilkan dari penelitian tersebut adalah bahwa aktivitas *Public Relations* PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Pembantu Sidoarjo dalam upaya membangun citra positif pada publik dilakukan dengan cara menerapkan strategi yang dianggap cukup efektif dalam rangka mencapai tujuannya. Strategi tersebut terdiri dari: pertama, mengadakan seminar yang bersifat regional maupun nasional yang diselenggarakan di berbagai universitas negeri maupun swasta. Kedua, membagikan brosur di tempat-tempat keramaian yang dipandang banyak dilalui oleh khalayak ramai dan dikantor PT. Bank Syari'ah Mandiri Cabang Pembantu Sidoarjo. Ketiga, melakukan sosialisasi didalam dan diluar kantor. Keempat, menjadi *sponsorship* disekolah-sekolah SMU Negeri maupun swasta.

Demikian, walaupun ada persamaan di term citra, namun terdapat perbedaan dengan penelitian ini. Perbedaan mendasar tersebut terlihat jelas pada judul penelitian, fokus penelitian, lokasi penelitian, tujuan penelitian serta teori yang digunakan. Jika pada penelitian sebelumnya bertujuan untuk mengetahui aktifitas yang dilakukan *public relations* sebagai strategi dalam upaya membangun citra dengan menggunakan teori pembentukan citra model Tony Greener, maka pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep pengemasan program *live music* dalam upaya membentuk citra kafe serta untuk mengetahui persepsi, kognisi, motivasi serta sikap pengunjung mengenai konsep

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengemasan program *live music* yang ada di Adelia Cafe dengan menggunakan teori model pembentukan citra pengalaman mengenai stimulus milik John S. Nimpoeno. Sehingga hal tersebut berimplikasi pula pada kesimpulan hasil penelitian.

2. Skripsi yang ditulis oleh Yusuf Effendi, Fakultas Dakwah, Program Studi Ilmu Komunikasi, 2009, dengan judul "Aktivitas Hubungan Masayarakat (Humas) Partai Dalam Proses Pembentukan Citra Positif Melalui Media Massa (Studi Pada DPD Partai Gerakan Indonesia Raya Kota Surabaya)". Kajian ini membahas tentang apa aktivitas Humas DPD Partai Gerindra kota Surabaya dalam pembentukan citra positif melalui media massa.

   Temuan yang dihasilkan dari penelitian tersebut adalah aktivitas yang dilakukan Humas DPD Partai Gerindra dalam proses pembentukan citra positif diantaranya: pertama, melalui *political marketing*, seperti yang dilakukan dalam *business marketing,* pemasar menawarkan produk, servis dan komunikasi ke target partainya dan mendapatkan respon berupa informasi (dari riset pasar), transaksi pembelian dan loyalitas konsumen. Sementara itu dalam *political marketing,* kandidat menawarkan janji, bantuan, kontrak politik serta kepribadian untuk mendapatkan respon berupa suara, tenaga sukarela, dan kontribusi lainnya. Kedua, melalui diaolog dan hubungan dengan khalayak organisasi. Visi, misi organisasi yang akan menjadi arah berjalannya organisasi perlu dibuat dengan seksama. Mengingat pembentukan visi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan misi merupakan hal yang sangat strategis, maka diperlukan pemimpin yang jujur, bertangggung jawab dan *visioner*.

Perbedaan dari penelitian ini terletak pada tujuan dan teori yang digunakan. Jika pada penelitian sebelumnya bertujuan untuk mengetahui aktivitas Humas DPD Partai Gerindra kota Surabaya dalam pembentukan citra positif melalui media massa dan menggunakan teori kontruksi sosial milik L. Berger & Thomas Luckman serta teori Max Weber tentang tindakan manusia, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep pengemasan program *live music* dalam upaya membentuk citra kafe serta untuk mengetahui persepsi, kognisi, motivasi serta sikap pengunjung mengenai konsep pengemasan program *live music* yang ada di Adelia Cafe dengan menggunakan teori model pembentukan citra pengalaman mengenai stimulus milik John S. Nimpoeno sebagai landasannya. Penelitian ini juga bermaksud untuk mengisi ruang kosong yang masih tersedia bagi studi ilmu komunikasi, khususnya pada konsentrasi *public relations*.

F. Definisi Konsep

Batasan definisi konsep dapat digunakan untuk mengontrol ruang kajian atau pembahasan penelitian agar tidak terjadi ambiguitas terhadap permasalahan penelitian dan tidak terjadi kesalahan dalam memahami pemakaian istilah yang terdapat pada judul penelitian ini, yaitu: Program *Live Music* Dalam Membentuk Citra Kafe.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Program *Live Music*

Program *live music* merupakan salah satu bentuk hiburan musik dengan menghadirkan secara langsung penyanyi serta pemain musiknya ditengah-tengah audiencenya.

2. Membentuk Citra Kafe

Menurut Bill Canton dalam Sukatendel (1990), "*image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a concioussly created created impression of an object, person or organzation*" (Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi).[7] Kemudian citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang.[8]

Sedangkan kafe, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu: tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik, tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh, bir, dan kue-kue; kedai kopi.[9]

Jadi yang dimaksud dengan program *live music* dalam membentuk citra kafe yaitu sebuah pagelaran musik yang menghadirkan penyanyi serta pemain musiknya secara langsung sebagai sarana pengelola kafe menciptakan kesan-kesan ataupun pemahaman yang ingin dibentuk terhadap khalayaknya.

---

[7]Sholeh Soemirat, Elvinaro Ardianto, *Dasar- Dasar Public Ralations, Cet. Ke-6,* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 111- 112.

[8]*Ibid.*, hlm. 114.

[9]Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* Edisi. 3, Cet. Ke- 3, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 488.

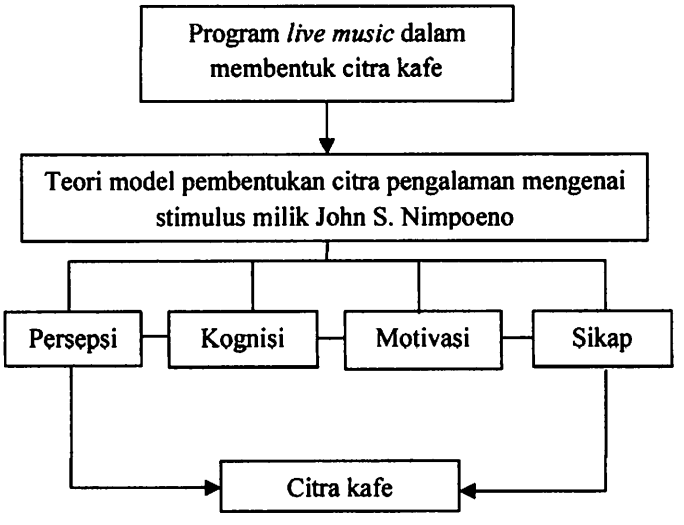
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir penelitian dibuat untuk memudahkan peneliti dalam proses penelitianya nanti. Dan pada penelitian ini, kerangka pikir penelitiannya sebagai berikut:

Gambar 1.1

Kerangka Pikir Penelitian



Dari bagan kerangka pikir penelitian diatas dapat dijelaskan bahwa tema dari penelitian ini adalah mengenai citra kafe. Sesuai tema tersebut maka pengelola kafe menggunakan program *live music* untuk menarik perhatian pengunjung kafenya. Selanjutnya, program *live music* yang disajikan tersebut dikonsep dengan kemasan yang cukup menarik oleh pengelola sehingga hal tersebut mempengaruhi respon dari pengunjung.

Kemudian teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang proses pembentukan citra yang terdiri dari empat komponen yaitu persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Peneliti menggunakan teori ini karena dirasa sesuai dengan tema penelitian yaitu mengenai upaya membentuk citra kafe.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan demikian, program *live music* ini pada akhirnya akan menghasilkan sikap, tanggapan, atau prilaku dari publiknya yang nantinya akan berujung pada pencitraan dan kepercayaan. Pihak pengelola kafe juga dapat mengetahui apa-apa yang disukai dan tidak disukai oleh publik terhadap konsep pengemasan program *live music,* bahkan pihak pengelola juga bisa menampung saran dan kritik yang membangun dari publiknya sehingga pengelola kafe dapat mengambil langkah-langkah tepat terhadap konsep pengemasan yang lebih baik kedepannya.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Bodgan & Taylor sebagaimana dikutip oleh Lexy J. Moeleong dalam bukunya yang berjudul *Metodologi Penelitian Kualitatif* menyebutkan bahwa,"metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan prilaku yang dapat diamati. Menurut Mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh)".[10]

Sedangkan jenis penelitian yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan

[10]Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cet. Ke-25,* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informasi mengenai status gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya saat penelitian dilakukan.[11]

Dengan demikian, penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang mencoba untuk memberikan gambaran dan memaparkan secara analitik suatu keadaan yang akan menjawab semua persoalan yang ada pada penelitian ini, sehingga penelitian yang digunakan ini layak untuk mengetahui konsep pengemasan program *live music* dalam upaya membentuk citra kafe serta untuk mengetahui persepsi, kognisi, motivasi dan sikap pengunjung tentang konsep pengemasan program *live music* yang ada di Adelia Cafe.

2. Subyek, Obyek Dan Lokasi Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah pengelola, manager, karyawan serta pengunjung Adelia Cafe, sedangkan obyeknya merupakan komunikasi *public relations*, lokasinya sendiri berada di Jl. Gajah Mada 122 Bojonegoro.

3. Jenis, Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu:

1. Jenis Data Primer, merupakan jenis data pokok atau utama. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab penelitian.[12]

---

[11]Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian, Cet. Ke-7,* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2005), hlm. 234.

[12]Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi, Edisi 1, Cet. Ke-3,* (Jakarata: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 260.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam penelitian ini, yang termasuk dalam jenis data primer adalah konsep pengemasan program *live music* yang disajikan oleh Adelia Cafe dalam upaya membentuk citra kafenya serta persepsi, kognisi, motivasi dan sikap pengunjung tentang konsep pengemasan program *live music* yang ada di Adelia Cafe dan data-data lain yang bersangkutan dengan penelitian.

2. Jenis Data Sekunder, merupakan jenis data tambahan. Data Sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (dicatat pihak lain), umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang tersusun dalam bentuk arsip atau dokumen.[13]

   Dalam penelitian ini, yang termasuk dalam jenis data sekunder adalah profil, visi dan misi, struktur organisasi Adelia Cafe serta data lain yang diperlukan untuk penelitian.

b. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data diperoleh.[14] Dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber Data Primer, dalam hal ini sumber data primer diperoleh dari informan terkait yakni pengelola, manager, karyawan serta pengunjung Adelia Cafe dan dokumen yang diperlukan untuk penelitian.

---

[13] *Ibid.*

[14] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Cet. Ke-13,* (Jakarta: PT. Rineka Cipta,2006), hlm. 129.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Sumber Data Sekunder, dalam hal ini sumber data sekunder diperoleh dari manager dan dokumen yang diperlukan untuk penelitian.

Dalam memilih sumber data atau informan, peneliti menggunakan *purposive sampling* untuk menentukan siapa informan yang potensial dan bersedia untuk diwawancarai.

Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.[15] Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek situasi sosial yang diteliti.

c. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data tidak lain dari suatu proses pengadaan data primer untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting dalam metode ilmiah, karena pada umumnya data yang dikumpulkan digunakan, kecuali untuk penelitian eksploratif, untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.[16]

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dantaranya adalah:

---

[15]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, Cet. Ke-6,* (Bandung: CV. Alfabet, 2009). 218- 219.

[16] Nazir, *Metode Penelitian, Cet. Ke-6*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 174.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Wawancara

Wawancara adalah bentuk informasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.[17] Wawancara dalam suatu penelitian yang bertujuan mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat serta pendirian-pendirian itu merupakan suatu pembantu utama dari metode observasi (pengamatan).[18]

Wawancara dilakukan untuk memperoleh data primer, berupa konsep pengemasan program *live music* yang disajikan oleh Adelia Cafe dalam upaya membentuk citra kafe serta persepsi, kognisi, motivasi dan sikap pengunjung mengenai konsep pengemasan program *live music* yang ada di Adelia Cafe. Selain data primer diatas, wawancara juga dilakukan untuk memperoleh data sekunder, berupa profil, motto, struktur organisasi Adelia Cafe melalui sumber terkait yaitu pengelola, manager, karyawan serta pengunjung Adelia Cafe.

---

[17]Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya, Cet. Ke-6,* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008), hlm. 180.

[18]Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer, Edisi 1, Cet. Ke-4,* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 88.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Observasi

Observasi disini diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung - tanpa mediator - sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut.[19]

Observasi yang lazim dilakukan dalam studi kualitatif adalah observasi melibat.[20] Observasi melibat yaitu adanya keterlibatan langsung antara peneliti dengan informan sehingga menimbulkan kedekatan emosional antara keduanya. Dan hal tersebut berperan serta dalam usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar dan bertanya. Dalam pengamatan terlibat ini, dibutuhkan alat berupa alat rekam atau video yang berfungsi sebagai sumber data dalam penelitian selain dari hasil dokumen dan wawancara.

Pengamatan terlibat atau observasi dilakukan hanya untuk memperoleh data primer, berupa konsep pengemasan program *live music* yang disajikan oleh Adelia Cafe dalam upaya membentuk citra kafenya melalui sumber terkait yaitu pengelola, manager serta karyawan Adelia Cafe.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya

---

[19]Rachmat Krisyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertaising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, Ed. 1, Cet. Ke-4* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 108.

[20]Agus Salim, *Teori & Paradigma Penelitian Sosial, Cet. 1, Ed. 2,* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006), hlm. 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain- lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. [21]

Dokumen-dokumen yang ada dipelajari untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini. Dokumen tersebut meliputi laporan dan data-data yang bersumber dari buku, majalah, koran dan internet yang berkaitan dengan topik penelitian. Data-data tersebut digunakan untuk mendapatkan data sekunder. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

NO.	JENIS DATA	SUMBER DATA	TEKNIK PENGUMPULAN DATA
1.	Data primer, berkaitan dengan konsep pengemasan program *live music* di Adelia Cafe	Sumber data primer diperoleh dari pengelola, manager, karyawan dan pengunjung Adelia Cafe serta dokumen-dokumen.	Wawancara dan observasi.
2.	Data sekunder, berkaitan dengan profil, motto serta struktur organisasi Adelia Cafe.	Sumber data sekunder diperoleh dari manager dan dokumen-dokumen.	Wawancara dan dokumentasi.

[21]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ..., hlm. 240.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa tahapan yaitu:

a. Pra Lapangan

Tahap pra lapangan merupakan tahap perjalanan penelitian lapangan. Kegiatan pra lapangan dalam penelitian ini meliputi:

1) Menyusun Rancangan Penelitian.

Pada tahap ini, peneliti membuat usulan penelitian atau proposal yang sebelumnya didiskusikan dengan dosen pembimbing. Proposal penelitian terdiri dari konteks penelitian, rumusan masalah, fokus penelitian, subyek, obyek dan lokasi penelitian, rancangan pengumpulan data, analisis data dan rancangan pengecekkan keabsahan data.

2) Memilih Lokasi Penelitian.

Dalam hal ini, yang dilakukan peneliti adalah membuat usulan pengajuan judul penelitian. Peneliti telah terlebih dahulu menggali data atau informasi tentang obyek yang akan diteliti (meski secara informal), kemudian timbul ketertarikan pada diri peneliti untuk menjadikannya sebagai obyek penelitian karena dirasa sesuai dengan disiplin keilmuwan yang peneliti dalami selama ini.

3) Mengurusi Perizinan.

Dalam hal ini, sebelum melakuakan penelitian (secara formal), peneliti terlebih dahulu meminta surat izin penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada Dekan Fakultas untuk kemudian diserahkan kepada pimpinan perusahaan yang diteliti.

b. Lapangan

Kegiatan lapangan dalam penelitian ini meliputi:

1) Persiapan Wawancara.

Adapaun yang dilakukan peneliti disini yaitu mempersiapkan diri untuk melakukan penelitian itu, terutama dalam hal wawancara. Pada tahap ini, peneliti telah menyiapkan pedoman wawancara terlebih dahulu agar penelitian mempunyai gambaran redaksi kata-kata yang akan diajukan.

2) Memasuki Lapangan.

Pada tahap ini, peneliti mulai memasuki lapangan, yaitu dengan melakukan wawancara kepada informan dan narasumber dari pihak pengelola Adelia Cafe, terutama pihak pengelola, manajer karyawan serta pengunjung Adelia Cafe.

3) Analisa Data

Pada tahap ini, data yang diperoleh dari berbagai sumber yaitu wawancara, pengamatan lapangan (observasi), dokumen dan data lain yang mendukung di klasifikasikan dan dianalisa dengan metode induktif.

c. Laporan

Tahap ini merupakan tahap dimana peneliti menuangkan hasil dari penelitian ke dalam bentuk laporan. Tahap ini adalah tahap akhir dari seluruh prosedur penelitian, dan disini peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dituntut kekreatifannya dalam menulis. Tentunya, penulisan laporan ini sesuai dengan prosedur penelitian, karena penulisan yang baik akan menghasilkan kualitas yang baik pula terhadap penelitian. Adapun penulisannya, mulai dari tahap pertama yaitu konteks penelitian sampai tahap akhir yaitu analisis data yang ditunjang dengan keabsahan data yang ditulis dalam penulisan yang berbentuk skripsi. Dalam penulisan laporan ini, juga ditunjang dengan sistematika pembahasan agar lebih laporan lebih sistematis penulisannya.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola kategori dan suatu uraian dasar sehingga dapat di temukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.[22]

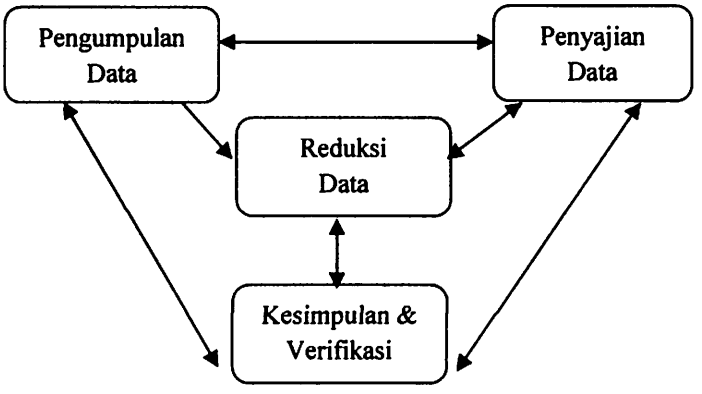
Pada penelitian ini, teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah teknik analisis data model interaktif (*Interactive Model*) Miles & Huberman. Dalam model ini, analisis data dilakukan selama dan sesudah pengumpulan data secara interaktif dan terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data ini yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*display data*) serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*).

---

[22]Moeleong, *Metodologi Penelitian,* ..., hlm. 280.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 1.2
KOMPONEN ANALISIS DATA MODEL INTERAKTIF
(*INTERACTIVE MODEL*)[23]



a. Reduksi data (*data reduction*), yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, abtraksi dan transformasi data kasar yang diperoleh di lapangan studi.

   Dalam mereduksi data ini, peneliti akan merangkum, mengambil data yang pokok dan penting, membuat kategorisasi berdasarkan jenis data primer dan sekunder serta membuang data lain yang dianggap tidak penting. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian data (*display data*), yaitu deskripsi kumpulan informasi tersusun yang memungkinkan untuk melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif yang lazim digunakan adalah dalam bentuk teks naratif.

   Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian data dalam penelitian ini berupa uraian

[23]Agus Salim, *Teori & Paradigma,* .... hlm. 22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

singkat, bagan, dan hubungan antar kategori yang berbentuk teks narasi, jenis data primer dan sekunder juga disusun ke dalam urutan sehingga strukturnya dapat dipahami. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*). Dari permulaan pengumpulan data, periset kualitatif mencari makna dari setiap gejala yang diperolehnya di lapangan, mencatat keteraturan atau pola penjelasan dan konfigurasi yang mungkin ada, alur kausalitas, dan proposisi.

Setelah mereduksi dan mendisplay data, maka selajutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Berdasarkan data-data yang telah dimiliki, peneliti akan membuat kesimpulan sesuai dengan hasil data yang didapat di lapangan kemudian megemukakanya dalam bentuk laporan akhir penelitian.

6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Ada beberapa teknik dalam pemeriksaan keabsahan data yang dirumuskan oleh Lexy J. Moeleong dalam bukunya yang berjudul "*Metodologi Penelitian Kualitatif*" namun dalam penelitian ini, peneliti sengaja tidak mengadopsi secara keseluruhan teknik pemeriksaan keabsahan data yang di kemukakan tersebut, akan tetapi peneliti hanya memilih teknik pemeriksaan keabsahan data yang sesuai dengan konteks

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian. Berikut ini adalah deskripsi mengenai teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain yaitu:

a. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan dilakukan dengan maksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.[24]

Dalam hal ini, sebelum mengambil pembahasan penelitian, peneliti telah melakukan pengamatan terlebih dahulu dalam upaya menggali data atau informasi untuk dijadikan obyek penelitian yang pada akhirnya peneliti menemukan permasalahan yang menarik untuk diteliti yaitu masalah yang berkaitan dengan konsep pengemasan program *live music* di Adelia Cafe dalam upaya membentuk citra kafenya serta persepsi, kognisi, motivasi dan sikap pengunjung mengenai konsep pengemasan program *live music* yang ada di Adelia Cafe.

b. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Denzin (1978) membedakan empat macam triangulasi

[24]Moeleong, *Metodologi Penelitian,* ..., hlm. 329.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan *sumber, metode, penyidik,* dan *teori.*[25]

Dalam penelitan ini, upaya yang peneliti lakukan untuk pengecekan keabsahan data dengan menggunakan sumber yaitu berupa hasil wawancara dan observasi maupun dokumen-dokumen yang peneliti peroleh dari Adelia Cafe.

Sedangkan metode atau cara yang peneliti gunakan dalam pemeriksaan keabsahan data yaitu dengan mengkroscek data dari hasil wawancara dengan sumber data tertulis. Sementara itu, penyidik yang dimaksud dalam teknik pemeriksaan keabsahan data ini adalah manajer ataupun pengelola Adelia Cafe. Artinya, sebelum hasil penelitian ini diujikan, peneliti terlebih dahulu memberikan hasil penelitian ini kepada manajer atau pengelola Adelia Cafe untuk diperiksa secara lebih mendalam, khususnya terkait dengan profil maupun segala sesuatu yang berhubungan dengan Adelia Cafe. Hal tersebut peneliti lakukan dengan tujuan agar tidak terjadi penyimpangan dalam pengujian hasil penelitian ini. Sedangkan langkah terakhir dalam teknik pemeriksaan keabsahan data ini adalah dengan menggunakan teori yang telah ada. Artinya, hasil penelitian ini nantinya akan dibandingkan dengan teori yang telah ada. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah hasil dari penelitian ini memiliki keterkaitan dengan teori yang telah ada ataupun sebaliknya.

---

[25]*Ibid.*, hlm. 330.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan disusun secara sistematis yang tujuannya agar pembaca mudah memahami karya tulis ini, adapun sistematika tersebut meliputi:

BAB I PENDAHULUAN; menguraikan tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, definisi konsep, kerangka pikir penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORITIS; menguraikan tentang kajian pusataka dan kajian teori. Kajian pustaka meliputi tiga pembahasan yang berhubungan dengan judul yaitu membentuk citra, program *live music* serta program *live music* sebagai media pembentuk citra. Dalam pembahasan membentuk citra berisi tentang pengertian citra dan proses pembentukan citra. Sedangkan dalam pembahasan program *live* music berisi tentang pengertian dari *music, genre music* serta pengertian dari program *live music* itu sendiri. Dan kajian teori membahas tentang teori pembentukan citra model John S. Nimpoeno.

BAB III PENYAJIAN DATA; menguraikan tentang deskripsi umum subyek, obyek dan lokasi serta data penelitian mengenai konsep pengemansan program *live music* yang disajikan Adelia Cafe dalam membentuk citra kafenya serta persepsi, kognisi, motivasi dan sikap pengunjung mengenai konsep pengemasan program *live music* yang ada di Adelia Cafe.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV ANALISIS DATA; menguraikan tentang temuan penelitian yang berupa konsep pengemansan program *live music* yang disajikan Adelia Cafe dalam membentuk citra kafenya serta persepsi, kognisi, motivasi dan sikap pengunjung mengenai konsep pengemasan program *live music* yang ada di Adelia Cafe dan konfirmasi temuan dengan teori.

BAB V PENUTUP; menguraikan tentang simpulan dan rekomendasi hasil penelitian terkait (Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dan Adelia Cafe).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN TEORITIS

KEMENTERIAN AGAMA PERPUSTAKAAN SURABAYA IAIN SUNAN AMPEL

A. Kajian Pustaka

1. Membentuk Citra

a. Pengertian Citra

Menurut G. Sachs dalam bukunya *The Extent and Intention of PR and Information Activities, "the image, the knowledge about us and the attitudes toward us the our different interest groups have.* (citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok dalam kepentingan yang saling berbeda)".[26]

Citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang, atau organisasi.[27]

Menurut Katz (1994) dalam Soemirat, "Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, banker, staff perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan di

---

[26]Rosady Ruslan, *Etika Kehumas Konsepsi & Aplikasi,* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 72.

[27]Soemirat, *Dasar- Dasar, ...,* hlm. 113.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan".[28]

Dari beberapa definisi citra diatas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa citra merupakan tujuan utama sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia *public relations* meskipun pengertian citra itu abstrak serta tidak dapat diukur secara matematis, namun demikian wujudnya dapat dirasakan dari hasil baik atau buruk seperti penerimaan serta tanggapan yang positif maupun negatif dari publik.

b. Proses Pembentukan Citra

Membicarakan citra sama halnya dengan pekerjaan bagaimana membangun *image* atau persepsi organisasi dan perusahaan dibenak khalayak. Organisasi maupun perusahaan yang memiliki citra baik dimata masyarakat, produk dan jasanya relatif lebih bisa diterima khalayak dari pada organisasi atau perusahaan yang tidak memiliki citra.

Citra adalah persepsi yang paling menonjol, karena citra sebuah perusahaan tidak bisa direkayasa. Citra positif akan terbentuk jika performa perusahaan benar-benar seperti apa yang diberitakan oleh perusahaan tersebut. Citra akan terbentuk dengan sendirinya dari upaya yang kita tempuh sehingga komunikasi dan keterbukaan perusahaan merupakan salah satu kunci penting untuk mendapatkan citra yang positif.

---

[28] *Ibid.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Citra positif sebuah perusahaan juga akan berdampak baik terhadap karyawannya. Karyawan yang bekerja pada perusahaan yang citranya baik dan positif akan memiliki rasa bangga sehingga dapat memicu motivasi mereka untuk bekerja lebih produktif. Selain itu, citra positif perusahaan secara otomatis juga akan mendapat kepercayaan dari publiknya. Dan karena alasan inilah pengelola Adelia Cafe berusaha semaksimal mungkin memajukan dan mengembangkan program *live music*nya dalam upaya membentuk citra kafe yang positif.

Menurut Frank Jefkins, dalam bukunya *Hubungan masyarakat* (Intermasa, 1992) ada beberapa jenis citra (*image*) yang dikenal di dunia aktivitas hubungan masyarakat (*public relations*), dan dapat dibedakan satu dengan yang lain sebagai berikut.[29]

1) Citra cermin (*mirror image*)

Pengertian disini bahwa citra cermin yang diyakini oleh perusahaan yang bersangkutan – terutama para pimpinannya – yang selalu merasa dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan orang luar. Setelah diadakan studi tentang tanggapan, kesan dan citra di masyarakat ternyata terjadi perbedaan antara yang di harapkan dengan kenyataan citra di lapangan, bisa terjadi justru mencerminkan "citra" negatifnya yang muncul.

[29]Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi; Konsepsi dan Aplikasi,* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 76.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Citra kini (*current image*)

Citra merupakan kesan yang baik diperoleh dari orang lain tentang perusahaan/organisasi atau hal yang lain berkaitan dengan produknya. Berdasarkan pengalaman dan informasi kurang baik penerimaannya, sehingga dalam posisi tersebut pihak Humas/PR (*Public Relations*) akan menghadapi resiko yang sifatnya permusuhan, kecurigaan, prasangka buruk (*prejudice*), dan hingga muncul kesalahpahaman (*misunderstanding*) yang menyebabkan citra kini yang ditanggapi secara tidaka adil atau bahkan kesan yang negatif yang diperolehnya.

3) Citra keinginan (*wish image*)

Citra keinginan ini adalah seperti apa yang ingin dan dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga/perusahaan atau produk yang ditampilkan tersebut lebih dikenal (*good awareness*), menyenangkan dan diterima dengan kesan yang selalu positif diberikan (*take and give*) oleh publiknya atau masyarakat umum.

4) Citra perusahaan (*corporate image*)

Jenis citra ini adalah yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan (*corporate image*) yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, mungkin tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam didang marketing, dan hingga berkaitan dengan tanggung jawab sosial (*social care*) sebagainya. Dalam hal ini pihak Humas/PR berupaya atau bahkan ikut bertanggung jawab untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempertahankan citra perusahaan, agar mampu mempengaruhi harga sahamnya tetap bernilai tinggi (*liquid*) untuk berkompetisi di pasar bursa saham.

5) Citra serbaneka (*multiple image)*

Citra ini merupakan pelengkap dari citra perusahaan diatas, misalnya, bagaimana pihak Humas/PR-nya akan menampilkan pengenalan (*awareness*) terhadap identitas perusahaan, atribut logo, *brand's name*, seragam (*uniform*), para front liner, sosok gedung, dekorasi lobby kantor dan penampilan para profesionalnya. Semua itu kemudian diuni-fikasikan atau diidentikkan kedalam suatu citra serbaneka (*multiple image)* yang diintegrasikan terhadap citra perusahaan (*corporate image*).

6) Citra penampilan (*performace image*)

Citra penampilan ini lebih ditujukan kepada subyeknya, bagaimana konerja atau penampilan diri (*performace image*) para profesional pada perusahaan bersangkutan. Misalnya dalam memberikan berbagai bentuk dan kualitas pelayannya, menyambut telepon, tamu, dan pelanggan serta publiknya, harus serba menyenangkan serta memberikan kesan yang selalu baik. Mungkin masalah citra penampilan ini kurang diperhatikan atau banyak disepelekan orang. Misalnya, dalam hal mengangkat secara langsung telepon yang sedang berdering tersebut dianggap sebagi tindakan interupsi, termasuk si penerima telepon masuk tidak menyebut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

identitas mana pribadi atau perusahaan bersangkutan merupakan tindakan kurang bersahabat dan melanggar etika.

2. Program *Live Music*

a. Pengertian *Music*

Musik sering dikatakan sebagai bahasa yang universal, tidak peduli apakah sebuah musik menggunakan bahasa yang tidak dimengerti oleh seseorang tetapi selama musik tersebut menurutnya enak untuk didengar, maka seseorang akan mengabaikan kenyataan bahwa ia tidak mengerti maksud maupun makna dari musik tersebut.

Musik juga merupakan bentuk yang paling dasar dalam komunikasi yakni komunikasi nonverbal. Karena musik merupakan sebuah bunyi ataupun suara yang mempunyai makna tertentu. Definisi dari komunikasi nonverbal itu sendiri merupakan kumpulan isyarat, gerak tubuh, intonasi suara, sekap dan sebagainya, yang memungkinkan sesorang untuk berkomunikasi tanpa kata-kata.[30]

Banyak sekali penjelasan tentang musik. Diantaranya adalah *Albus Dumbledore* dalam sebuah buku yang berjudul *The Enjoyment of Music An Introduction to Perceptive Listening*, menyatakan bahwa, "*Ah, Music …… a magic beyond all we do here!*".[31] (musik merupakan sebuah kekuatan luar biasa melampaui semua yang kita lakukan disini).

---

[30]Sutrisna Dewi, *Komunikasi Bisnis,* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), hlm. 7.

[31]Joseph Machlis, *the Enjoyment of Music, an Introduction to Perceptive Listening,* (New York: Norton & Company, 2003), hlm. 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam banyak budaya masyarakat, musik dapat digunakan sebagai alat komunikasi antar pribadi, pada masyarakat Aborigin sampai saat ini masih menggunakan musik untuk berkomunikasi. Di Jawa, musik juga digunakan media komunikasi untuk menyampaikan bahwa saat ini ada gangguan, ancaman, penyakit, setan, dan bala. Bentuk alat musiknya bermacam-macam mulai dari alat-alat sederhana sampai dengan kentungan dan tabuhan. Walaupun saat ini dimasyarakat telah ada alat-alat komunikasi modern, namun alat- alat musik tradisional tetap saja dilestarikan sebagai media komunikasi antarsesama anggota masyarakat.[32]

Selanjutnya, *Mozart* juga menyatakan bahwa, "*Music must never offend the ear, but must please the listener, or, in other words, must never cease to be music*".[33] (tidak seharusnya musik itu merusak telinga, namun seharusnya membuat nyaman para pendengarnya, atau dengan kata lain, tidak seharusnya berhenti menjadi musik).

Ada beberapa elemen untuk menjadi suatu musik, diantaranya adalah:

1) *Sound: Pitch, Dynamic, and Tone Color*

Musik adalah bentuk suara yang terjadi seperti ketika dawai bergetar, oleh karena itu untuk menjadi suatu musik suara harus terlihat penuh arti dan terorganisasi. Dalam musik, terdapat elemen

[32]Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat, Edisi Pertama, Cet. Ke-2,* (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 118- 119.

[33]*Ibid.*, hlm. 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang disebut *sound* atau bunyi. *Sound* itu sendiri terdiri dari *Pitch* (titi nada), *Dynamic* (dinamis), *Tone Color* (warna nada).

"Pitch is the relative highness or lowness that we hear in a sound".[34] *Pitch* atau titi nada digunakan untuk mengenali tingkat tinggi atau atau rendahnya suara yang kita dengar. *Pitch* dapat diukur dan ditentukan oleh frekuensi getaran molekuler, dengan getaran yang cepat akan memberikan sensasi getaran titi nada yang lebih tinggi pula.

"Degrees of loudness or softness in music are called dynamic – our second property of sound".[35] Perubahan tinggi atau rendahnya suara dalam sebuah musik disebut dengan dinamis – bagian kedua dari bunyi. Ketika sebuah alat musik tersebut dimainkan dengan nada tinggi atau rendah, pasti hal tersebut akan menimbulkan suara yang berbeda dan berubah-ubah pula, dan inilah yang dimaksud dengan dinamis yang merupakan komponen dari *sound* (bunyi) dalam musik.

"Tone color is described by words like bright, dark, brilliant, mellow and rich".[36] Warna nada bila dilukiskan dengan kata- kata seperti halnya tingkat kecerahan, tingkat kegelapan, berkilau- kilau, lembut dan keras. Warna nada atau *tone color* juga biasa disebut dengan *timbre*. Warna nada merupakan cara lain untuk merubah suatu bunyi dan keserasian sehingga pada nantinya akan mengubah kualitas atau warna dari musik yang dihasilkan.

---

[34]Roger Kamien, *Music an Appreciation, Fifth Brief Edition*, (New York: McGraw-Hill Companies, 2006), hlm. 6.

[35]*Ibid.*, hlm. 8.

[36]*Ibid.*, hlm. 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) *Performing Media: Voices and Instruments*

"*The range of a singer's voice depends on both phsycal makeup and trainin*".[37] Kualitas suara dari seorang penyanyi itu tergantung dari proses penyempurnaan dan latihannya. Jadi pada *voice* ini yang perlu diperhatikan adalah pitch dan volume nada serta control nafas yang baik karena memang kualitas suara seorang penyanyi tergantung dengan hal tersebut.

"*An instrument may be defined as any mechanism – other than the voice – that produces musical sounds*".[38] Sebuah instrument mungkin dapat di definisikan sebagai beberapa mekanisme - selain suara – merupakan hasil dari bunyi musik.

3) *Rhythm*

"*Rhythm is the flow of music through time. Rhythm has several interrelated aspects, which we'll consider in turn: beat, meter, accent and syncopation, and tempo*".[39] Irama adalah waktu dalam arus musik. Irama terdiri dari beberapa aspek yaitu beat, meter, tekanan dan sinkope, dan tempo. Jadi, irama tidak mengacu pada suatu pola yang salah, pergerakan rapi, atau mengulangi situasi, aspek-aspek yang mempengaruhi dalam irama adalah beat, tempo dan ukuran.

---

[37]*Ibid.*, hlm. 12.

[38]*Ibid.*

[39]*Ibid.*, hlm. 32.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) *Music Notation*

"*Notation is a system of writing music so that specific pitches and rhythms can be communicated*".[40] Notasi merupakan sebuah sistem dalam penulisan musik sehingga menjadi titi nada dan irama yang lebih khusus dan nantinya akan dikomunikasikan. Dengan adanya sebuah notasi dalam musik, kita dapat menunjukkan ketelitian pada titi nada dan irama sehingga musik yang dihasilkan nantinya akan berkualitas.

5) *Melody*

"*Melody is often the element in music that makes the most direct appeal to the listener*".[41] Kerapkali melodi yang merupakan bagian dari musik membuat sebagian besar diminta langsung oleh pendengarnya. Melodi megacu pada suara titi nada (pitch) setelah yang lainnya dalam rangkaian logis untuk membentuk suatu musik yang bagus.

6) *Harmony*

"*Harmony describes the movement and relationship of intervals and chords. Harmony therefore implies movement and progression. And the progression of harmonies in a musical work gives us a feeling of order and unity.*" [42] Keselarasan atau harmoni menguraikan tentang pergerakan dan hubungan dari interval- interval dan chord- chord. Oleh karena itu, dalam keselarasan atau harmoni

---

[40]*Ibid.*, hlm. 35.

[41]Machlish, *the Enjoyment of Music*, ..., hlm. 14.

[42]*Ibid.*, hlm. 23- 24

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut mengandung pergerakan dan kemajuan. Dan kemajuan keselarasan (harmoni) pada sebuah pagelaran musical memberikan kita rasa simpati dan rasa persatuan. Pada dasarnya, Harmoni hanya untuk membunyikan titi nada secara bersama, dengan mengabaikan apakah efek nampak nantinya akan dapat memuaskan atau tidak.

7) *Key*

"Key involves not only the central tone but also a central chord and scale".[43] Kunci nada tidak hanya berupa bunyi (tone) tengah saja namun juga sebuah chord tengah dan perhitungannya.

8) *Musical Texture*

"*Texture is described as transparent, dense, thin, thick, heavy, or light; and variations in texture create contast and drama*".[44] Texture atau susunan dalam musik menguraikan tentang sebuah keheningan, kepadatan, tipis, tebal, berat atau ringan; dan variasi dalam susunan untuk menciptakan pebedaan dan drama.

9) *Musical Form*

"*Form in music is the organization of musical elements in time. In a musical compsition, pitch, tone color, dynamic, rhythm, melody and texture interact to produce a sense of shape and structure. All parts of the composition are interrelated*".[45] Bentuk dalam istilah musik berarti beberapa gabungan antara elemen-elemen musik yang tergabung dalam suatu kesempatan. Dalam sebuah komposisi musik,

---

[43]Kamien, *Music an Appreciation*, ..., hlm. 46.

[44]*Ibid.*, hlm. 50.

[45]*Ibid.*, hlm. 54.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

titi nada, warna nada, dinamis nada, irama, melodi dan susunan yang berpengaruh pada hasil sebuah bentuk perasaan dan susunannya. Seluruh bagian tersebut semuannya saling berhubungan.

Dengan kata lain, *form* merupakan keseluruhan bentuk yang dapat didengar dalam segmen yang panjang dari suatu komposisi. Penggunaan *form* masih mengacu pada keserasan bunyi ketika diungkapkan dalam membentuk musik. Kehadiran *form* dapat dirasakan, walaupun *form* tertentu tidak mungkin dikenali sesuai namanya.

10) *Musical Style*

"*In music, style refers to characteristic way of treating the various musical elements; melody, rhythm, tone color, dynamic, harmony, texture and form. The particular way these elements are combined can result in a dintinctive or unique sound, and we can speak of the musical style of one composer, a group of composers, a country, or a period in history*".[46]

Dalam istilah musik, kata *style* atau gaya kembali pada sebuah cara khusus dari perjamuan dalam bagian musik yang bermacam- macam; melodi, irama, warna nada, dinamis nada, harmoni, susunan dan bentuk musik itu sendiri. Elemen-elemen tersebut merupakan cara jitu untuk mendapatkan hasil kombinasi bunyi terbaik dan terunik, dan kita juga dapat membicarakan gaya

[46]*Ibid.*, hlm. 58.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

musik sebuah komposer, sekelompok komposer, sebuah Negara, atau suatu periode dalam sejarah.

Singkatnya, musik adalah sekumpulan nada-nada yang mengandung sepuluh elemen diatas yang keseluruhannya merupakan satu kesatuan dan satu pernyataan ide musikal tertentu. Dan yang dimaksud satu kesatuan tersebut adalah semua jenis peralatan musik yang dibunyikan secara atau bersamaan untuk mendapatkan warna suara yang berbeda. Sedangkan warna suara disini maksudnya adalah suara yang terdengar sama dengan karakter sumber suara aslinya, hal tersebut mengingat bahwa semua peralatan musik yang beraneka ragam mengeluarkan bunyi yang berbeda, dengan demikian, perbedaan warna suara akan disatukan dalam keselarasan menjadi suara yang berirama, dan dari irama-irama yang bervariasi tersebut bila ditata secara *artistic* akan menghasilkan sebuah musik.

b. *Genre Music*

Genre musik adalah pengelompokan musik sesuai dengan kemiripannya satu sama lain. Musik juga dapat dikelompokan sesuai dengan kriteria lain, misalnya geografi Sebuah genre dapat didefinisikan oleh teknik musik, gaya, konteks, dan tema musik.

Secara umum, musik dikelompokkan menurut kegunaannya yang dapat dikelompokkan dalam tiga ranah besar, yaitu Musik Seni, Musik Populer, dan Musik Tradisional.[47]

---

[47]Wikipedia Bahasa Indonesia, "Genre Music" dalam *http://id.wikipedia.org/wiki/Genre_musik#Musik_Seni_.28Art_Music.29/2011.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Musik Seni (*Art Music*)

Musik Seni merupakan pengelompokan musik ke arah Musik klasik dan musik-musik sejenis yang dinilai secara tingkat nilai sejarahnya selain dari nilai seninya. Musik jenis ini lebih digunakan untuk merujuk jenis-jenis musik yang sangat patuh kepada teori-teori musik dan biasanya sukar untuk dipahami orang awam (kecuali yang sudah mulai digabung dengan gaya musik populer).

Musik klasik biasanya merujuk pada musik klasik Eropa tapi kadang juga pada musik klasik Persia, India, dan lain-lain. Musik klasik Eropa sendiri terdiri dari beberapa periode, misalnya barok, klasik dan romantik.

Musik klasik merupakan istilah luas yang biasanya mengacu pada musik yang dibuat di atau berakar dari tradisi kesenian Barat, musik kristiani, dan musik orkestra, mencakup periode dari sekitar abad ke-9 hingga abad ke-21.

Musik klasik Eropa dibedakan dari bentuk musik non-Eropa dan musik populer terutama oleh sistem notasi musiknya, yang sudah digunakan sejak sekitar abad ke-16. Notasi musik barat digunakan oleh komponis untuk memberi petunjuk kepada pembawa musik mengenai tinggi nada, kecepatan, metrum, ritme individual, dan pembawaan tepat suatu karya musik. Hal ini membatasi adanya praktek-praktek seperti improvisasi dan ornamentasi ad libitum yang sering didengar pada musik non-Eropa (bandingkan dengan musik klasik India dan musik tradisional Jepang) maupun musik populer.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dahulu musik klasik di Eropa terutama digunakan untuk keperluan lagu di Gereja ataupun lagu untuk pengiringan Raja. Sejalan dengan perkembangan, mulai juga bermunculan musik klasik yang digunakan untuk keperluan lain, seperti misalnya musik klasik yang menggambarkan visual secara audio, contohnya lagu *Cat and Mouse* yang menggambarkan kucing mengejar tikus.

2) Musik Populer (*Popular Music*)

Musik Populer merupakan jenis-jenis musik yang saat ini digemari oleh masyarakat awam. Musik jenis ini merupakan musik yang sesuai dengan keadaan jaman saat ini, sehingga sesuai di telinga kebanyakan orang. Beberapa genre musik yang termasuk musik populer adalah *pop, funk, jazz, blues, rock, gospel, underground*, dan lain-lain. Genre musik ini dapat ditemui di hampir seluruh belahan dunia oleh karena sifat musiknya yang hampir bisa diterima semua orang.

a) *Jazz*

Jazz adalah jenis musik yang tumbuh dari penggabungan *blues, ragtime,* dan musik Eropa, terutama musik band. Beberapa subgenre jazz adalah *Dixieland, swing, bebop, hard bop, cool jazz, free jazz, jazz fusion, smooth jazz, dan caf jazz.*

b) *Gospel*

Gospel adalah genre yang didominasi oleh vokal dan biasanya memiliki tema Kristen. Beberapa subgenrenya adalah *contemporary gospel* dan *urban contemporary gospel*. Sebenarnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lagu jenis *gospel* ini memiliki nuansa mirip dengan *Rock n Roll* (oleh karena *Rock n Roll* sendiri sebenarnya merupakan fusion atau gabungan dari *Rock, Jazz, dan Gospel*), dahulu awalnya diperkenalkan oleh orang-orang Kristen kulit hitam di Amerika. Beberapa contoh saat ini yang masih benar-benar menggunakan aliran musik *gospel* adalah *Israel Houghton*. Namun saat ini pengertian musik *gospel* telah meluas menjadi genre musik rohani secara keseluruhan. Di Indonesia, musik *gospel* beraliran pop dan rock banyak dipopulerkan oleh musisi seperti Franky Sihombing, *Giving My Best*, Nikita, *True Worshipper* dan banyak lagi.

c) *Blues*

Blues berasal dari masyarakat Afro-Amerika yang berkembang dari musik Afrika Barat. Jenis ini kemudian mempengaruhi banyak genre musik pop saat ini, termasuk *ragtime, jazz, big band, rhythm and blues, rock and roll, country* dan musik pop.

d) *Rhythm and blues*

Rhythm and blues adalah nama musik tradisional masyarakat Afro-Amerika, yaitu musik pop kulit hitam dari tahun 1940-an sampai 1960-an yang bukan *jazz* atau *blues*.

e) *Funk*

Funk juga dipelopori oleh musisi-musisi Afro-Amerika, misalnya James Brown, Parliament-Funcadelic, dan Sly and the Family Stone. Musik jenis *Funk* ini biasanya memiliki nada *beat*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

groovy, suatu *rhythm* yang membuat pendengarnya berdecak mengikuti irama. Oleh karena itu, dalam banyak hal, *funk* sering disamakan dengan *groovy*.

f) *Rock*

Rock, dalam pengertian yang paling luas, meliputi hampir semua musik pop sejak awal 1950-an. Bentuk yang paling awal, *rock and roll,* adalah perpaduan dari berbagai genre di akhir 1940-an, dengan musisi-musisi seperti Chuck Berry, Bill Haley, Buddy Holly, dan Elvis Presley. Hal ini kemudian didengar oleh orang di seluruh dunia, dan pada pertengahan 1960-an beberapa grup musik Inggris, misalnya The Beatles, mulai meniru dan menjadi populer.

Musik *rock* kemudian berkembang menjadi *Psychedelic Rock*, kemudian menjadi *Progressive Rock*. Beberapa band Inggris seperti *The Yardbirds* dan *The Who* kemudian berkembang menjadi *Hard Rock* dan kemudian menjadi *Heavy Metal.* Akhir 1970-an musik *punk rock* mulai berkembang, dengan kelompok-kelompok *seperti The Clash, The Ramines,* dan *Sex Pistols*. Di tahun 1980-an, rock berkembang terus, terutama metal berkembang menjadi *hardcore, trash metal, glam metal, death metal, black metal* dan *grindcore.* Adapula *british rock* serta *underground.*

g) *Electronic*

Electronic dimulai lama sebelum ditemukannya *Synthetizer*, dengan *tape loops* dan alat musik elektronik analog di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tahun 1950-an dan 1960-an. Para pelopornya adalah John Cage, Pierre Schaeffer, dan Karlheinz Stockhausen.

h) Ska, Reggae, Dub

Dari perpaduan musik R&B dan musik tradisional *Mento* dari Jamaica muncul Ska, dan kemudian berkembang menjadi *Reggae* dan *Dub*.

i) *Hip hop / Rap / Rapcore*

Musik *hip hop* dapat dianggap sebagai *subgenre R&B*. Dimulai di awal 1970-an dan 1980-an, musik ini mulanya berkembang di pantai timur AS, disebut *East Coast Hip Hop*. Pada sekitar tahun 1992, musik *hip hop* dari pantai barat juga mulai terkenal dengan nama *West Coast Hip Hop*. Jenis musik ini juga dicampur dengan *heavy metal* menghasilkan *rapcore*.

j) *Pop*

Musik pop adalah genre penting namun batas-batasnya sering kabur, karena banyak musisi pop dimasukkan juga ke kategori *rock, hip hop, country,* dan lain sebagainya.

3) Musik Tradisional (*Traditional Music*)

Musik tradisional adalah musik yang hidup di masyarakat secara turun temurun, dipertahankan bukan sebagai sarana hiburan saja, melainkan ada juga dipakai untuk pengobatan dan ada yang menjadi suatu sarana komunikasi antara manusia dengan penciptanya, hal ini adalah menurut kepercayaan masing-masing orang saja. Musik tradisional merupakan perbendaharaan seni lokal di masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Musik tradisional yang ada di Indonesia, diantaranya adalah gamelan, angklung, dan sasando. Selain dari musik tradisional yang berasal dari kebudayaan lokal, juga terdapat musik tradisional yang berasal dari pengaruh kebudayaan luar diantaranya gambang kromong, marawis dan keroncong.

a) *Latin*

Genre musik tradisional latin ini biasanya merujuk pada musik Amerika latin termasuk musik dari Meksiko, Amerika Tengah, Amerika Selatan, dan Karibia. Musik latin ini memiliki *subgenre Samba.*

b) *Country*

Musik tradisional *country* dipengaruhi oleh *blues*, dan berkembang dari budaya Amerika kulit putih, terutama di kota Nashville. Beberapa artis *country* awal adalah Merle Haggard dan Buck Owens.

c. Pengertian Program *Live Music Performance*

Dalam sebuah musik, penampilan (performance) berarti perihal tampilnya seseorang atau sejumlah orang ketika membawakan suatu karya musik. Nilainya harus dilihat dalam kaitannya dengan karya musik yang dibawakan, serta lingkungan tempat membawakannya.

Sedangkan secara harfiah, istilah *live music performance* sendiri adalah suatu pertunjukan langsung dalam bentuk musik di depan penonton. *Live music performance* biasa disebut dengan istilah konser.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konser berasal dari bahasa Italia yakni *concerto* dan Latin yakni *concertare* yang artinya berjuang, berlomba dengan orang lain. [48]

Dalam sebuah buku yang berjudul "*Music the Art of Lisening*" disebutkan bahwa" *even more satisfying, however, is the experience of music in live performance, where performers and listener actively complete the chain of events that a composers has begun*" (kepuasan akan sebuah pertunjukan musik didapatkan ketika penyanyi dan pendengarnya saling berinteraksi satu sama lain serta saling melengkapi sehingga menjadi sebuah mata rantai ketika sebuah komposer musik mulai dimainkan).[49]

Konser (*live music performance*) dapat dimainkan oleh musikus tunggal, kadang disebut resital, atau suatu ensembel musik seperti orkestra, paduan suara, atau grup musik. Konser dapat diadakan di berbagai jenis lokasi, termasuk cafe & resto, pub, klub malam, rumah, lumbung, aula konser khusus, dan bahkan stadion olahraga. Konser yang diadakan di suatu tempat yang sangat besar kadang disebut konser arena.

Di manapun musik dilangsungkan, musisi biasanya tampil di atas suatu panggung. Sebelum meluasnya musik rekaman, konser merupakan satu-satunya kesempatan bagi seseorang untuk mendengarkan penampilan seorang musisi. Untuk menonton suatu konser, biasanya dikenakan biaya, walaupun banyak juga yang gratis. Acara konser memberikan keuntungan bagi musisi, pemilik tempat, dan pihak lain

---

[48]Wikipedia Bahasa Indonesia, "Definisi Konser" dalam *http://id. wikipedia.org/wiki/Konser/2011.*

[49]Jean Ferris, *Mucic the Art of Lisenin, Sixth Edition,* (New York: McGraw-Hill Companies, 2003), hlm. 49.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang terlibat dalam suatu konser atau pada beberapa kasus untuk konser amal.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *program live music performance* berarti sebuah pertunjukan musik yang dimainkan secara langsung oleh musisi atau band. Di Adelia Cafe, *live music performance* adalah sebagai pelayanan yang diberikan oleh pengelola dalam bentuk petunjukan musik yang dimainkan secara reguler setiap hari dan jam-jam tertentu dengan band dan jenis musik yang berbeda pula.

3. Program *Live Music* Sebagai Media Pembentuk Citra Kafe

Ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh Adelia Cafe agar perusahaannya berkembang pesat, salah satunya adalah *branding* atau membangun citra perusahaannya. Hal tersebut perlu dilakukan karena keberadaan *branding* sangat penting dalam sebuah perusahaan tidak terkecuali kafe. Hampir setiap perusahaan mempunyai *branding*nya masing-masing. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan yang bersangkutan memiliki ciri khas ataupun ikon tersendiri dimata publiknya.

Dengan adanya *branding* atau pencitraan, maka perusahaan akan semakin mantap untuk memajukan perusahaannya. Dan karena alasan inilah Adelia Cafe berusaha semaksimal mungkin memajukan dan mengembangkan perusahaannya dengan cara mengkonsep pengemasan program *live musinc*nya secara berbeda dengan kafe-kafe lain pada umumnya, serta meningkatkan fasilitas dan meminimalisir setiap hal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang dapat menimbulkan citra negatif kafe seperti halnya dengan tidak menyediakan minuman beralkohol, meniadakan penampilan DJ (*disk jocker*) sehingga Adelia Cafe bisa mewujudkan pencitraannya sebagai kafe yang jauh dari kemaksiatan. Dan pada akhirnya, Adelia Cafe ini akan menjadi tempat tujuan pengunjung baik dari dalam maupun luar kota.

Adelia Cafe menggunakan program *live music* sebagai media pembentuk citra kafe itu sendiri. Hal tersebut dilakukan karena tujuan utama dari Adelia Cafe ini adalah mengacu pada reputasi dan pencitraan yang positif terhadap kafenya. Jika citra Adelia sebagai kafe ini positif, maka semua hal-hal yang beridentitas Adelia Cafe juga akan positif begitu pula sebaliknya.

Pembentukan, pemeliharaan dan peningkatan reputasi dan citra harus didukung kebijakan dan komitmen pimpinan puncak ataupun pengelola kafe serta semua unsur yang ada didalamnya.. konsep pengemasan program *live music* yang unik dan menarik merupakan media penyampaian pesan sekaligus membentuk opini publiknya.

Maria A. Rumanti mengatakan bahwa citra suatu organisasi atau perusahaan ditandai dengan munculnya opini publik, opini publik bisa dicermati dengan melihat siapakah yang memiliki keterbukaan dan sejauh mana keterbukaan itu bisa tampak pada kualitas opini publik tersebut. Semakin publik mempunyai kepercayaan dan keterbukaan dalam menyampaikan opininya akan secara jujur dan objektif dengan motivasi memperbaiki produk atau jasa yang telah dinikmati selama ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

opini tersebut akan menunjukkan kualitas dan akan mempunyai arti untuk mengadakan perbaikan sekaligus perkembangan organisasi atau perusahaan sehingga terbentuk citra yang favourable.[50]

Opini publik merupakan suatu pengumpulan citra yang diciptakan proses komunikasi.[51] Gambaran tentang sesuatu baik yang bersifat abstrak seperti halnya citra dan pencitraan maupun konkrit pasti memiliki makna yang jamak, karena berbagai perbedaan penafsiran maupun persepsi yang terjadi diantara peserta komunikasi. Pergeseran citra tergantung pada siapa saja yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut. Dan setiap kali jaringan komunikasi tersebut berubah, maka opini publik juga akan berubah. Sehingga, jika hal ini terjadi maka citra yang dihasilkan akan berubah pula. Dengan kata lain, opini merupakan cikal bakal dari terbentuknya suatu citra. Opini yang ada dapat pula menjadi masukan bagi pihak menejemen untuk dapat menentukan strategi-strategi yang hendak diterapkan oleh manajemen guna meraih tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan. *Background* seseorang besar pengaruhnya terhadap jalan fikirannya, karena opini yang dinyatakan tidak akan lepas dari *background*nya. Selain *background*, keluarga merupakan hal utama dalam pembentukan opini tiap individu. Jadi pembicaraan atau diskusi mengenai suatu hal atau lazim disebut opini itu timbul karena adanya informasi atau reaksi dari perorangan maupun golongan.

---

[50]Maria A. Rumanti, *Dasar Dasar Public Relations Teori dan Praktek*, Cet. Ke-3, (Jakarta: PT. Grafindo, 2005), hlm 65 dalam http://books.google.co.id/books?id.2011.

[51]Helena Olii, *Opini Publik*, Cet. Pertama, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), hlm. 46.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Oleh karena itu, pihak pengelola kafe harus selalu melakukan inovasi dan lebih kreatif lagi dalam mengkonsep pengemasan program *live music* yang sudah ada agar opini yang terbentuk dari publik dan berujung pada pencitraan kafe ini lebih pada reputasi dan pencitraan yang positif.

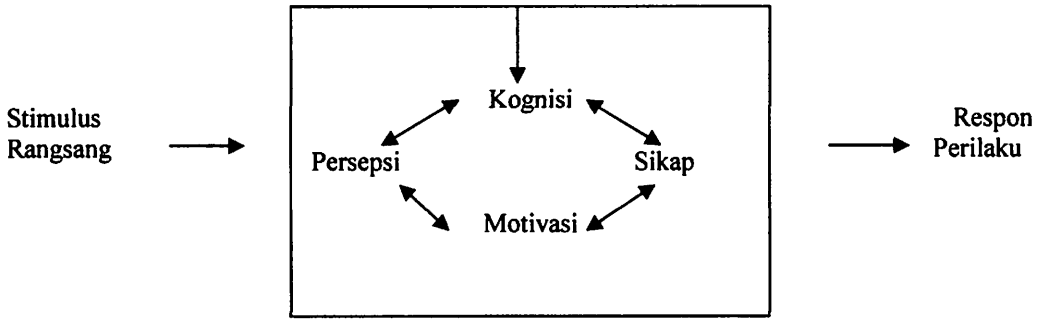
B. Kajian Teori

Pada penelitian yang berjudul program *live music* dalam membentuk citra kafe ini, peneliti menggunakan teori pembentukan citra model John S. Nimpeono. Citra itu sendiri adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta- fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut. Menurut Alexis S. Tan, dalam Effendy (1992), "kebanyakan definisi mengenai sikap mencakup satu atau lebih ciri- ciri berikut ini: komponen kognitif yang merupakan informasi atau pengetahuan seseorang tentang obyek sikap; komponen afektif yang merupakan perasaan seseorang mengenai obyek sikap yang biasanya disimpulkan sebagai perasaan suka atau tidak suka; dan komponen konatif atau *behavioral* yang merupakan tindakan seseorang terhadap obyek sikap".[52] Kerangka teori model pembentukan citra oleh John S. Nimpoeno adalah sebagai berikut :

[52]Soemirat, *Dasar- Dasar,* ..., hlm. 114.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 2.1
Model Pembentukan Citra
Pengalaman Mengenai Stimulus[53]



Public relations digambarkan sebagai *input-output*, proses *intern* dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan *input* adalah stimulus yang diberikan, dan *output* adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi-kognitif-motivasi-sikap.

> "...proses-proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi, motivasi dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu diartikan sebagai mental representation (citra) dari stimulus". (Nimpoeno, dalam Danasaputra, 1995:36)

Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus rangsang diorganisasikan dan mempengaruhi respon publiknya. Respon tersebut terdiri dari dua kategori yakni ditolak ataupun diterima.

Jika rangsang ditolak, maka proses selanjutnya tidak akan berjalan, dan hal ini menunjukkan bahwa rangsang tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak ada perhatian dari individu tersebut. Sebaliknya, jika rangsang tersebut diterima oleh individu, berarti terdapat

[53] *Ibid.*, hlm. 115.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi dan terdapat perhatian dari individu dan dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan.

Kemudian, empat komponen persepsi, kognisi, motivasi dan sikap merupakan citra individu terhadap rangsangan. Jika stimulus mendapat perhatian, individu akan berusaha untuk mengerti tentang rangsangan tersebut.

1. *Persepsi*, diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemapuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.
2. *Kognisi*, yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.
3. *Motivasi,* motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.
4. *Sikap*, adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan prilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berprilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disuakai, diharapkan dan diinginkan. Sikap mengandung aspek evaluatif, artinya mengandung nilai menyenangkan. Sikap ini juga dapat diperteguh atau diubah.

Dengan demikian, proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, tanggapan, atau prilaku tertentu dari publiknya sehingga perusahaan terkait dapat mengetahui sikap publik terhadap lembaganya serta mengetahui apa yang disukai dan apa yang tidak disukai oleh publiknya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek, Obyek Dan Lokasi Penelitian

1. Profil Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.[54] Dan yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah manager serta pengunjung Adelia Cafe. Berikut adalah profil tentang informan yang akan peneliti manfaatkan informasinya guna memperjelas data penelitian:

Tabel 3.1.
Profil Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Alamat	Usia	Alasan Dijadikan Informan
1.	Purwaning Istiqomah	Perempuan	Jl. Gajah Mada 122 Bojonegoro	25 Tahun	Menjabat sebagai manager Adelia Cafe sehingga mempunyai kewenangan dan kompetensi untuk dijadikan informan.
2.	Mushoffa Fauzi	Laki-laki	Ngumpak Dalem Bojonegoro	24 Tahun	Pengunjung yang sering menikmati hiburan *live music* di Adelia Cafe.
3.	Erin Dwi Latina	Perempuan	Bojonegoro	22 Tahun	Pengunjung yang sering menikmati hiburan *live music* di Adelia Cafe.
4.	Sulistyowati	Perempuan	Sumbang Bojonegoro	45 Tahun	Pengunjung yang sering menikmati hiburan *live music* di Adelia Cafe.

[54]Moeleong, *Metodologi Penelitian,* ..., hlm. 132.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah komunikasi *public relations.* Komunikasi adalah ilmu dan *public relations* adalah bagian dari ilmu komunikasi, ilmu yang sedang tumbuh dan sedang digandrungi serta cukup ilmiah untuk dipelajari.

Dalam pengertian teoritis, *public relations* merupakan salah satu bidang ilmu komunikasi praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada suatu organisasi usaha atau perusahaan di dalam melaksanakan fungsi manajemen.[55]

Sedangkan *Public relations* secara umum diartikan sebagai semua kegiatan yang dilakukan oleh suatu lembaga atau organisasi, dan badan usaha melalui para petugas *public relations* (PRO) untuk merumuskan organisasi atau struktur dan komunikasi guna menciptakan saling pengertian yang lebih baik antara lembaga itu dengan khalayaknya (orang-orang yang harus selalu dihubunginya).[56]

Ruang lingkup tugas PR: (a) Ke dalam: (1) membina sikap mental karyawan agar dalam diri mereka tumbuh ketaatan, kepatuhan, dan dedikasi terhadap lembaga/ perusahaan dimana mereka bekerja; (2) menumbuhkan semangat korp atau kelompok yang sehat dan dinamis; (3) mendorong tumbuhnya kesadaran lembaga/ perusahaan. (b) Ke luar:

---

[55]F. Rachmadi, *Public Relations Dalam Teori Dan Praktek, Cet. Ke4,* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996), hlm. 7.

[56]*Ibid.*, hlm. 14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengusahakan tumbuhnya sikap dan citra (*image*) publik yang positif terhadap segala kebijakan dan langkah-tindakan organisasi/ perusahaan.[57]

Kegiatan *public relations* pada hakikatnya adalah kegiatan komunikasi. Tetapi berbeda dengan jenis kegiatan komunikasi lainnya. Kegiatan komunikasi dalam *public relations* mempunyai ciri-ciri tertentu disebabkan karena fungsi, sifat organisasi dari lembaga dimana *public relations* itu berada dan berlangsung, sifat-sifat manusia yang terlibat, terutama publik yang menjadi sasaran, faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi dan sebagainya yang bersifat khas.

Ciri khas dari komunikasi *public relations* adalah komunikasi yang bersifat timbal balik. Komunikasi yang bersifat timbal balik ini sangat penting dan mutlak harus ada dalam kegiatan *public relations*, dan terciptanya *feedback* merupakan prinsip pokok dalam *public relations.* Selain itu, hasil yang dicapai dalam kegiatan *public relations* pada intinya adalah *good image* (citra baik), *goodwill* (itikad baik), *mutual understanding* (saling pengertian), *mutual confidence* (saling mempercayai), *mutual appreciation* (saling menghargai), *tolerance* (toleransi).

Dari sini jelas bahwa sesuai judul penelitian yaitu program *live music* dalam membentuk citra kafe, maka penelitian ini termasuk dalam komunikasi *public relations* karena inti dari penelitian ini juga tentang pencitraan dan kepercayaan dari publik.

---

[57] Soemirat, *Dasar- Dasar,* ..., hlm. 89.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Lokasi penelitian

a. Profil Perusahaan[58]

Nama Perusahaan : Adelia Cafe

Alamat : Jl. Gajah Mada 122 Bojonegoro

Telepon : (0353) 884208

Faximili : (0353) 882488

Berdiri Sejak : 10 Maret 2002

Pengelola : Ir. Laurentia Lenywati

b. Logo[59]

c. Sejarah Berdirinya Adelia Cafe

Secara geografis, Adelia Cafe terletak dijalan protokol, sehingga merupakan wilayah dengan tingkat aktivitas masyarakatnya yang cukup tinggi. Selain itu, juga merupakan jalur yang sering dilalui oleh masyarakat dari kota lain. Berikut adalah hasil wawancara peneliti dengan manager Adelia Cafe mengenai sejarah berdirinya kafe ini:

---

[58]Dokumen Adelia Cafe Bojonegoro.

[59]Dokumen Adelia Cafe Bojonegoro.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Adelia Cafe didirikan pada 10 Maret 2002 oleh ibu Laurentia Lenywati atas prakarsa pribadi dengan melihat kondisi kota Bojonegoro yang sangat memprihatinkan dalam penyediaan sarana rekreasi, *entertainment* serta tempat makan yang representatif".[60]

Selanjutnya, ketika peneliti menanyakan alasan kenapa usaha kafe yang dipilih oleh pengelola, berikut penuturannya:

> "Bojonegoro adalah kota kecil dan orang bilang kalau Bojonegoro ini kota mati karena memang ada keterbatasan fasilitas dan lain-lain, sehingga pada saat kita (*owner*) ada konsep restoran bernuansa international dan menggunakan fasilitas AC (*air conditioner*) banyak sekali orang yang kontra, kemudian mereka bertanya kenapa kamu membuat restoran yang menggunakan AC? Padahal kebanyakan orang Bojonegoro ini perokok, dan perokok kan tidak sejalan dengan AC? Apalagi membuat resto bernuansa international? Hal tersebut kan tidak pas bila melihat kondisi kota Bojonegoro ini? dengan adanya pentanyaan dan pernyataan tersebut, kita (*owner*) berpikiran jauh kedepan dan dengan melihat peluang bahwa di Bojonegoro ini juga ada kaum ekpatriat yang bekerja di perminyakan sehingga hal tersebut membuat yakin kita (*owner*) untuk membuat restoran bertaraf international baik dari segi pelayanan maupun menu-menu pilihannya mulai dari *western food, chines food* hingga *Indonesian food*".[61]

Pada awalnya, Adelia Cafe hanya sebuah kafe kecil dengan menu terbatas. Namun sejalan dengan respon dan anemo masyarakat yang begitu antusias, maka tempat ini berkembang menjadi Cafe yang menyajikan menu bertaraf nasional maupun internasional yakni mulai dari masakan Indonesia hingga masakan barat, dengan jumlah menu lebih dari 500 macam. Setiap bulannya Adelia selalu menciptakan

---

[60]Hasil wawancara dengan Manager Adelia Cafe pada tanggal 22 April 2011, jam 20:30-21:30 di Adelia Cafe Bojonegoro.

[61]Hasil wawancara dengan Manager Adelia Cafe pada tanggal 22 April 2011, jam 20:30-21:30 di Adelia Cafe Bojonegoro.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menu baru untuk meningkatkan varian menu restonya. Pengunjung Adelia sendiri tidak hanya dari masyarakat Bojonegoro saja tetapi juga juga kaum ekspatriat yaitu mereka yang bekerja di Petrochina.

Selain itu Adelia Cafe berusaha menyajikan hiburan yang beraneka ragam, seperti halnya *live music* dan tempat karaoke, hall yang difungsikan untuk acara-acara seperti ulang tahun, pernikahan, tempat *meeting* serta *event dancing competitions.* Untuk memanjakan konsumennya dalam jeda waktu pemesanan, konsumen disuguhi dengan alunan musik, sedangkan bagi konsumen yang hanya ingin bersantai sambil ditemani makanan ringan, Adelia Cafe menyediakan kue, *pudding* dan *snack.* Selain itu, bagi anak-anak berusia 5 tahun kebawah pun diberi tempat bermain yang nyaman.

Dengan anemo masyarakat tersebut, maka Adelia Cafe berusaha mencapai *brand awareness* serta *brand image* dimata publiknya. Dan karena alasan itulah maka usaha ini semakin dilirik oleh berbagai swastawan sehingga tidak sedikit cafe & resto yang bermunculan dan bahkan ingin mengikuti kombinasi hiburan yang dimiliki Adelia Cafe. Hal ini menunjukkan bahwa adanya persaingan yang semakin ketat dalam meraih target. Adelia Cafe berusaha menjadi yang terdepan di kota Bojonegoro dengan pengembangan ide dan pelayanan serta penyuguhkan hiburan yang terbaik kepada konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Motto

Adelia Cafe menjadi pilihan kafe terdepan di Bojonegoro dan sekitarnya serta mejadi sebuah kafe keluarga yang penuh dengan hiburan musik.[62]

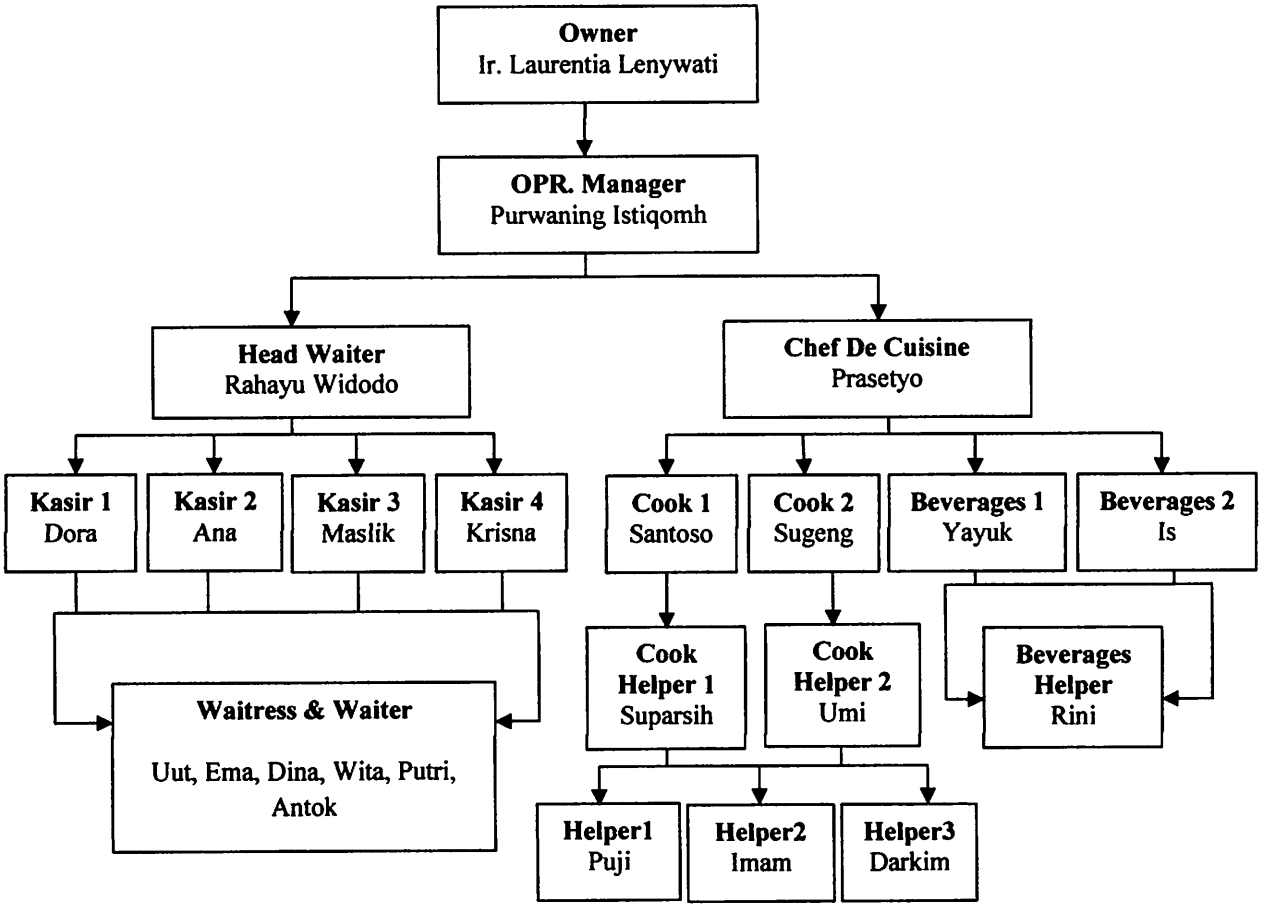
e. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dibentuk untuk memperjelas pembagian tugas kerja dalam mencapai tujuan organisasi yang telah digariskan secara bersama dengan memberikan batasan kewenangan dalam melaksanakan fungsi dan tanggungjawab. Di Adelia Cafe ini terdapat 37 pegawai yang terdiri dari 25 orang pegawai yang ditempatkan di belakang dan 12 orang lagi ditempatkan di depan sebagai *waitress,* dan untuk lebih jelasnya, pada gambar berikut ini dapat dilihat struktur oragnisasi yang ada di Adelia Cafe.

[62]Hasil wawancara dengan Manager Adelia Cafe & Resto pada tanggal 22 April 2011, jam 20:30-21:30 di Adelia Cafe & Resto Bojonegoro.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 3.1
Struktur Organisasi Adelia Cafe[63]



f. Fasilitas Penunjang Dan Menu

Fasilitas yang ditawarkan oleh pengelola pada pengunjung diantaranya desain dan interior bergaya *international and modern style restaurant* dengan *live music* setiap minggunya, *privat room* yaitu ruang untuk karaoke, *meeting* ataupun pertemuan keluarga serta *hall* sebagai penyediaan tempat rapat ataupun *meeting,* pesta ulang tahun dan pernikahan.[64]

---

[63]Dokumen Adelia Cafe Bojonegoro.

[64] Dokumen Adelia Cafe Bojonegoro.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ruang *privat* atau karaoke disini ada dua yakni *Suit VIP Karaoke Room* dan *VIP Karaoke Room. Suit VIP Karaoke Room* berkapasitas maksimal 15 orang. Fasilitas yang disediakan adalah ruangan ber-AC dan luas, tata ruang artistik, didukung juga dengan *sound system* yang canggih, komputer, LCD, *wide screen,* dilayani oleh *waitress* atau penyanyi yang profesional, tersedia kulkas, *soft drink, snack* dan pelayanan di dalam ruangan.[65]

Sedangkan *VIP Karaoke Room* berkapasitas maksimal 10 orang. Fasilitas yang disediakan adalah tata ruang artistik, ruangan ber-AC, *sound system* yang canggih dengan komputer, dan dilayani oleh *waitress* dan *waiter* yang professional.[66]

Meeting Room atau ruang pesta berkapasitas maksimal 250 orang. Fasilitas yang disediakan adalah ruangan ber-AC, *sound system* yang canggih, *wireless* saku, *mic* meja, *stand mic, screen, white board,* tata ruang yang artistik. Selain itu, Adelia Cafe juga menyediakan sewa LCD, laptop computer, penataan kursi dan meja sesuai dengan keinginan, pelayanan yang ramah, professional dan memuaskan.[67]

Adelia Cafe juga menyediakan *wifi* disetiap area untuk memanjakan pengunjungnya yang gemar akan internet serta menyediakan arena bermain untuk anak yang berada didalam ruangan

---

[65]Buku daftar menu Adelia Cafe Bojonegoro.

[66]Buku daftar menu Adelia Cafe Bojonegoro.

[67]Buku daftar menu Adelia Cafe Bojonegoro.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sehingga aman dan memudahkan para orang tua untuk mengawasi anak-anaknya yang sedang bermain.

Selain fasilitas diatas, Adelia Cafe juga menawarkan berbagai macam menu makanan, minuman, *snack* dan kue dengan harga yang cukup bervariasi yakni mulai dari harga Rp. 5.000,- hingga Rp. 100.000,- dan disesuaikan dengan kategori sebagai berikut:[68]

1. Menu Makanan

a) Masakan Indonesia, seperti:

Nasi empal, tempe penyet, pecel udang, telur penyet, ikan, goring penyet + sambal lalapan, ikan bakar khas jawa, ayam, goreng sambal lalapan, ayam masak rica-rica, asem-asem daging, gule kikil sapi, rawon buntut, sup buntut, nasi buntut, bakwan sapi, oseng-oseng udang cabe hijau, sate ayam, sate kambing, sate kulit. Selain menu diatas, juga terdapat beberapa aneka menu lainnya, seperti nasi goreng spesial Adelia, nasi goreng kampung, nasi goreng Pangandaran, nasi goreng Hongkong, nasi goreng seafood, nasi goreng udang, Gurami/kakap/kerapu/patin/dorang goreng kering+sambal lalapan.

b) Menu Spesial & Daging Sapi

Scallops masak brongkoli, ang sio tahu Jepang, *haisom seafood saos tiram,* Scallops masak omelette, ca sayur goreng ubur-ubur, orak-arik sumpit kepiting, sapo *seafood*, *seafood*

[68]Buku daftar menu Adelia Cafe Bojonegoro.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masak kare, *seafood steamboad*, *thai red chicken curry*, tofu masak saos jamur.

c) Vegetarian Menu, seperti:

Power *noodle*, ca sayur saus bawang, sup jamur kombinasi, sapo mix, tahu Jepang masak jamur, sup tahu makaroni, sate 5 rasa (*hotplate*), sate vegetarian, sate ikan laut, *grilled back ribs*, bebek goreng sambal lalapan.

d) *Dessert*/Makanan Penutup, seperti:

Buah iris, buah kaleng leci/ lengkeng, es puter, rujak manis.

2. Minuman

a. *Hot Drink*, yaitu:

Teh poci Cina, sekoteng, kopi *excelso special*, kopi *classic*, kopi jahe, kopi gingseng, *healty exotic coffee*, kopi susu, coklat susu, susu jahe, susu telur madu, susu telur madu jahe, wedag angsle, *special* Adelia *capucino*, *hot capucino, espresso coffee, coffee latte, macchiato, coffee mocca, irish coffee, thai coffee.*

b. *Cold Drink*, yaitu:

Es campur Adelia, es Shanghai, es cantik manis, es teler, es pudding, es kacang hijau, es kelapa muda spesial, es cao, es sarang burung, es merah delima, es leci, es apokat mocca, es buah, es dawet, jus anggur, jus kacang hijau, jus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nangka, jus aneka rasa, jus wortel tomat, jus mangga, jus durian, jus belimbing, jus strawberry, ABC jus.

c. *Ice Cream*, seperti:

Banana ice cream cup, chocolate ice cream cup, strawberry ice cream cup, mocha ice cream cup, regular single ice cream, cheery melba ice cream, cheese chocolate ice cream, funny ice cream, black forest ice cream, chip cereal ice cream, triple angel ice cream, delima *ice cream punch, pizza candy ice cream, twinkle sprinkles ice cream, apricot sweet ice cream.*

3. *Snack* dan Kue

Black forest cake, roti bakar isi pisang coklat, roti bakar isi sosis dan mentega, roti bakar dengan telur mata sapi saos pedas, *executive club sandwich, chicken sandwich*, pisang coklat keju bakar, pisang goreng fantasi Adelia, tasty martabak, lumpia udang, Mandarin rolade.

g. Kapasitas

Sebagai sebuah cafe yang memiliki desain dan interior bergaya *international and modern style restaurant* dengan *live music* setiap minggunya, Adelia Cafe ini sendiri berkapasitas lebih dari 13 meja, yang berada di lantai satu dan dua. Dengan perhitungan setiap satu meja bisa digunakan untuk 5 orang sehingga jika 13 meja dikalikan 5 orang maka Adelia ini berkapasitas sekitar 65 orang. Selain itu, pengunjung juga bisa menghabiskan harinya di cafe

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut mulai pukul 09.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB setiap harinya.

h. Media Promosi

Media promosi adalah media yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, *image*, perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Salah satu bagian penting dari promosi adalah dengan menentukan media promosi yang paling tepat untuk digunakan tentunya. Dan dalam hal ini, dapat diketahui bahwa Adelia Cafe memperkenalkan dirinya dengan cara:

> "kita biasa membuat iklan diradio, membuat *flier* semisal dengan memberikan *discount* 10% pada menu tertentu kemudian dibagi-bagikan, telephon ke *customer-customer* bila ada promo-promo, kita juga sediakan *box* yaitu kotak untuk kritik dan saran".[69]

Dengan media promosi diatas, managemen berharap agar masyarakat lebih mengetahui, mengakui, memiliki dan lebih berkesan lagi pada Adelia Cafe sehingga nantinya akan berimbas pada pencitraan dan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas Adelia sendiri.

---

[69]Hasil wawancara dengan Manager Adelia Cafe pada tanggal 22 April 2011, jam 20:30-21:30 di Adelia Cafe Bojonegoro.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Data Tentang Konsep Pengemasan Program *Live Music* Dalam Membentuk Citra Kafe

a. Program *Live Music*

Hiburan merupakan kegiatan yang membantu kita dalam memulihkan pikiran dan hati setelah beraktifitas. Namun, tidak semua hiburan dapat menanggulangi kelelahan ini. Untuk itu Adelia Cafe mencoba memberikan kepuasan selain dibidang pemenuhan kebutuhan pangan, tetapi juga dapat memberikan hiburan yang berbeda kepada pengunjungnya. Keadaan aktifitas masyarakat yang berjalan di Bojonegoro ialah pada segmen makanan, obat-obatan, supermarket, perbankan, dan anak sekolah, ini merupakan keadaan yang cukup monoton. Namun, dengan adanya tambang minyak di daerah Cepu dan Kalitidu yang biasa membawa kaum ekspatriat singgah di Bojonegoro sekedar mencari tempat makan dan hiburan, membuka peluang untuk mengembangkan usaha di bidang makanan. Keadaan ini dimanfaatkan sebaik mungkin oleh Adelia Cafe untuk memajukan bidang usaha ini dengan memberikan hiburan tersendiri, mulai dari memanjakan lidah dengan menu yang tersedia, memanjakan pendengaran yang disuguhkan melalui alunan musik, sekaligus memanjakan penglihatan dengan desain interiornya yang nyaman dan modern.

Menyadari pentingnya tempat yang menyajikan hiburan bagi masyarakat kota Bojonegoro dewasa ini, maka Adelia Cafe

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menghadirkan nuansa *entertainment* dalam konsep acara yang digelar tiap minggunya yaitu *live music performance.* Berikut adalah hasil wawancara dengan manager Adelia Cafe yakni:

> "Program *live music* sendiri merupakan sebuah pertunjukkan musik secara langsung dihadapan tamu tanpa menggunakan media seperti VCD, *tape recoder* dan lainya".[70]

Adelia Cafe bukanlah *pioneer* dalam bisnis ini, sebelumnya memang telah hadir restoran dengan fasilitas yang hampir sama namun sekarang kurang diminati masyarakat. Tetapi kehadiran Adelia Cafe & Resto mendapat sambutan yang sangat antusias dari masayarakat. Hal ini terbukti dengan semakin ramainya pengunjung tiap harinya. Apalagi ketika program *live music* diadakan tiap minggunya. Hal ini terjadi karena Adelia telah memiliki ruang dihati pengunjungnya sehingga tidak mengehrankan jika setiap event yang diselenggarakan selalu dipadati oleh pengunjungya.

b. Konsep Pengemasan Program *Live Music*

Istilah konsep berasal dari bahasa Inggris *concept* yang secara leksikal berarti ide pokok yang mendasari suatu gagasan secara umum. Dalam bahasa latin, istilah tersebut berasal dari kata *conception* yang berarti sesuatu yang terkandung, rancangan dan rumusan-rumusan. Dengan kata lain, konsep juga berkaitan dengan obyek yang abstrak atau universal.[71]

---

[70]Hasil wawancara dengan Manager Adelia Cafe pada tanggal 22 April 2011, jam 20:30-21:30 di Adelia Cafe Bojonegoro.

[71]Aswadi, "*Konsep Syifa' Dalam Tafsir Mafatih Al-Ghaib Karya Fakhruddin Al-Razi (544-606 H/ 1148-1210 M)*", Disertasi, 2007, hlm. 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah dilakukan wawancara dengan manager Adelia Cafe, berikut penuturannya mengenai konsep pengemasan *live music* yang ada disana:

> "Konsep pengemasan *live music* di Adelia Cafe & Resto adalah "dari kita untuk kamu", maksudnya disini Adelia Cafe tidak menyediakan penyanyi untuk menghendel acara tetapi pihak adelia menyediakan MC untuk menghendel acara tersebut sehingga tamu ataupun pengunjung bisa ikut berpartisipasi untuk menyanyi dalam acara *live music* tersebut. Kemudian, MC tadi diambil dari *waitress* dari Adelia Cafe sendiri. Hal ini bertujuan agar lebih mendekatkan *waitress* Adelia dengan tamu ataupun pengunjungnya, dan hal itulah yang membedakan program *live music* di Adelia Cafe dengan *live music* di kafe-kafe lainnya".[72]

Selanjutnya, manager Adelia Cafe juga menuturkan bahwa:

> "*Live music* sendiri disajikan tiap hari Senin, Rabu dan Sabtu pada setiap Minggunya, kemudian hari Selasa pada minggu pertama dan ketiga, dan pada minggu ketiga ini kami menyebutnya dengan *evening party,* jadi diminggu ini acara *live music* dibuat lebih meriah semisal ditambah dengan *performance dance* dari *waitress*nya sendiri yang kemudian dikondisikan, dan jika para tamu sudah berkumpul maka kita tampilkan *performance dance* dari *waitress* tersebut. Kadang kalau ada *special event* misalkan seperti kemarin dalam meperingati hari Kartini kita perform dengan tampilan yang berbeda di sesuaikan dengan tema yakni dengan mengundang pengisi acara dari luar seperti halnya mengundang *brigde dance* dan *repper.* Tetapi kalau hari biasa cuma dengan penampilan dari *waitress* itu sendiri".[73]

Selain hal-hal diatas, dalam penyajian program *live music* ini juga terdapat kendala maupun hambatan penyelenggaraanya diantaranya adalah karena banyaknya penggunaan listrik sehingga

---

[72]Hasil wawancara dengan Manager Adelia Cafe pada tanggal 22 April 2011, jam 20:30-21:30 di Adelia Cafe Bojonegoro.

[73]Hasil wawancara dengan Manager Adelia Cafe pada tanggal 22 April 2011, jam 20:30-21:30 di Adelia Cafe Bojonegoro.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

voltasenya turun dan hal tersebut mempengaruhi kualitas suara pada saat *live music* disajikan menjadi terlalu cempreng, sehingga hal tersebut kadang membuat *customer* komplain. Hal ini yang masih sering dijumpai sehingga ini menjadi PR (pekerjaan rumah) bagi *owner*nya.

c. *Genre Music* Yang Digunakan Dalam Program *Live Music*

Musik merupakan salah satu bentuk hiburan bagi masyarakat saat ini. Semakin banyaknya jenis musik yang ada, maka semakin akan menghadirkan penikmat musik yang berbeda-beda pula. Meskipun demikian, musik tetaplah musik. Salah satu jenis hiburan universal yang dinikmati masyarakat segala golongan dari yang rendah, menengah maupun golongan atas, baik status sosial maupun ekonominya. Dari golongan usia, musik dapat menjadi hiburan tersendiri, dari yang tua maupun yang muda menganggap bahwa musik merupakan salah satu bentuk hiburan yang dapat dinikmati dimanapun dan kapanpun.

Dengan adanya perbedaan usia dan golongan, akan dijumpai pula perbedaan didalam menikmati musik sebagai suatu bentuk hiburan. Hal ini dapat dipertegas dengan adanya genre musik yang dapat disesuaikan dengan usia maupun golongan masyarakat tertentu. Meskipun jenis, ragam dan aliran dalam musik sangat bervariasi, namun musik merupakan bahasa yang universal yang tidak membeda-bedakan golongan serta lapisan yang terdapat dalam kehidupan bermasyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Di Adelia Cafe ini ada beberapa genre atau jenis musik yang biasa ditampilkan untuk acara *live music*nya. Namun dalam performanya, pengelola lebih cenderung menampilkan musik pop dari pada jenis musik lainnya. Jenis musik pop sering ditampilkan karena memang antusiasme pengunjung terhadap musik pop lebih banyak dan identik dibandingkan dengan genre musik lainnya. Selain musik pop, pengelola juga tidak menutup kemungkinan bagi setiap pengunjung yang ingin request lagu lain semisal lagu dangdut, campursari ataupun lagu-lagu lainnya untuk dinyanyikan. Hal ini senada dengan penuturan dari manager Adelia yakni:

> "Kita sering menggunakan genre musik pop, karena memang banyak diminati oleh pengunjung kafe. Kadang, kalau ada tamu yang reques lagu dangdut, kita juga ada, kita juga sediakan lagu Jawa, campursari, tetapi yang pasti kita lebih identik ke popnya".[74]

Dalam beberapa tahun terakhir, dunia musik memang mengalami banyak perkembangan tidak terkecuali musik pop. Pop adalah salah satu jenis musik yang ringan dan banyak digandrungi oleh kaula muda maupaun dewasa. Ini terbuktinya dengan semakin banyaknya lagu-lagu pop yang diciptakan dan beredar dipasaran sehingga hal tersebut juga sangat mempengaruhi pengelola kafe dalam memilih dan menampilkan jenis musik pop dalam performa program *live music*nya.

---

[74]Hasil wawancara dengan Manager Adelia Cafe pada tanggal 22 April 2011, jam 20:30-21:30 di Adelia Cafe Bojonegoro.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Citra Kafe Yang Ingin diraih

Citra adalah tujuan utama sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi sebuah organisasi ataupun perusahaan. Meskipun pengertian citra itu abstrak serta tidak dapat diukur secara matematis, namun demikian wujudnya dapat dirasakan dari hasil baik atau buruk seperti penerimaan serta tanggapan yang positif maupun negatif dari publik.

Citra merupakan persepsi yang paling menonjol, karena citra sebuah perusahaan tidak bisa direkayasa. Citra positif akan terbentuk jika performa perusahaan benar-benar seperti apa yang diberitakan oleh perusahaan tersebut. Citra akan terbentuk dengan sendirinya dari upaya yang kita tempuh sehingga komunikasi dan keterbukaan perusahaan merupakan salah satu kunci penting untuk mendapatkan citra yang positif.

Sesuai dengan wawancara peneliti dengan manager Adelia Cafe, maka hasilnya adalah:

> "Citra kafe memang penting, karena kafe ini akan dikenal melalui citranya. Dari sini, pengelola ingin orang tahu bahwa Adelia adalah sebuah *International cafe & resto* yang jauh dari hal-hal negatif. Jadi apa yang kita sajikan itu jauh dari hal-hal yang negatif dan bisanya sering dikait- kaitkan dengan miras atau minuman keras. Sebenarnya, banyak juga tamu yang menanyakan hal tersebut tetapi karena itu memang tidak sesuai dengan konsep kita, maka kita tidak sediakan dan kita tidak jual. Selain itu, kafe memang identik dengan cewek-cewek yang *stay*, kita juga tidak sediakan. Jadi, citra yang kita bangun adalah citra cafe & resto yang bersih dan ditujukan untuk keluarga".[75]

[75]Hasil wawancara dengan Manager Adelia Cafe & Resto pada tanggal 22 April 2011, jam 20:30-21:30 di Adelia Cafe Bojonegoro.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal tersebut diatas membuktikan bahwa keberadaan *branding* sangat penting dalam sebuah perusahaan tidak terkecuali kafe. Hampir setiap perusahaan mempunyai *branding*nya masing-masing. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan yang bersangkutan memiliki ciri khas ataupun ikon tersendiri dimata publiknya.

Dengan adanya *branding* atau pencitraan, maka perusahaan akan semakin mantap untuk memajukan perusahaannya. Dan karena alasan inilah Adelia Cafe berusaha semaksimal mungkin memajukan dan mengembangkan perusahaannya serta meningkatkan fasilitas dan meminimalisir setiap hal yang dapat menimbulkan citra negatif kafe seperti halnya dengan tidak menyediakan minuman beralkohol, tidak menyediakan cewek-cewek yang *stay* sehingga Adelia Cafe bisa mewujudkan pencitraannya sebagai kafe yang jauh dari kemaksiatan. Dan pada akhirnya, Adelia Cafe ini akan menjadi tempat tujuan pengunjung baik dari dalam maupun luar kota.

2. Deskripsi Data Tentang Persepsi, Kognisi, Motivasi Dan Sikap Pengunjung Mengenai Konsep Pengemasan Program *Live Music* Yang Ada Di Adelia Cafe

Persepsi adalah suatu proses aktivitas seseorang dalam memberikan kesan, penilaian, pendapat, merasakan dan menginterpretasikan sesuatu berdasarkan informasi yang ditampilkan dari sumber lain (yang dipersepsi).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selanjutnya, kognisi adalah kepercayaan seseorang tentang sesuatu yang didapatkan dari proses berpikir tentang seseorang atau sesuatu. Proses yang dilakukan adalah memperoleh pengetahuan dan memanipulasi pengetahuan melalui aktivitas mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, membayangkan dan berbahasa.

Kepercayaan/pengetahuan seseorang tentang sesuatu dipercaya dapat mempengaruhi sikap mereka dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku/tindakan mereka terhadap sesuatu. mengubah pengetahuan pengetahuan seseorang akan sesuatu dipercaya dapat mengubah perilaku mereka.

Kemudian motivasi atau motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

Sedangkan sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan prilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berprilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan. Sikap mengandung aspek evaluatif, artinya mengandung nilai menyenangkan. Sikap ini juga dapat diperteguh atau diubah.

Keempat komponen ini saling berkaitan erat dan merupakan proses pembentukan citra yang nantinya akan menjadi respon

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengunjung mengenai konsep pengemasan program *live music* yang ada di Adelia Cafe.

Berikut adalah hasil wawancara peneliti dengan Fauzi dan Erin, yaitu pengunjung kafe tentang persepsi, kognisi, motivasi serta sikap mereka mengenai konsep pengemasan *live music* yang ada di Adelia Cafe:

> "Saya sering kesini (Adelia Cafe) tiap ada *live music*. Itu karena kita (Fauzi dan Erin) menyukai konsepnya, selain itu kita (Fauzi dan Erin) juga seneng banget ikut nyumbang nyanyi. Kalau di kafe lain kan kita Cuma bisa liat aja n gak bisa ikut nyumbang nyanyi..... ini kebetulan karena hobi kita (Fauzi dan Erin) emang suka nyanyi, apalagi kalo duet. Jadi intinya disini kita sangat puas dan seneng banget *hangout* disini mbak..... ".[76]

Selanjutnya, ketika peneliti menanyakan kesan mereka mengenai konsep pengemasan *live music* yang ada di Adelia Cafe, berikut penuturan mereka:

> "Seperti yang tadi kita (Fauzi dan Erin) udah bilang mbak..... kita (Fauzi dan Erin) ngrasa gak ada yang ngalahin Adelia dech pokoknya....., disini kita (Fauzi dan Erin) bisa ikut nyanyi bareng n rame-rame bareng temen-temen ato pacar, jadi lebih asyik aja pokoknya.... *Adelia is the best* dah pokoknya....".[77]

Peneliti juga mencoba untuk menanyakan pada pengunjung lain yang kebetulan sedang menikmati suasana *live music* pada malam itu. Berikut hasil wawancara peneliti dengan ibu Sulis:

> "Saya sebenarnya tidak terlalu sering juga kesini (Adelia Cafe) mbak... kebetulan ini baru ketiga kalinya saya kesini. Meskipun begitu, tapi sejak pertama datang kesini (Adelia Cafe), saya

---

[76] Hasil wawancara dengan Fauzi dan Erin, pengunjung Adelia Cafe pada tanggal 13 Juli 2011, jam 20:00-20.30di Adelia Cafe Bojonegoro.

[77] Hasil wawancara dengan Fauzi dan Erin, pengunjung Adelia Cafe pada tanggal 13 Juli 2011, jam 20:00-20.30 di Adelia Cafe Bojonegoro.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> sudah terkesan. Saya liat disini kafenya nyaman, apalagi saya juga pernah ikut nyumbang nyanyi pas kedua kali kesini (Adelia Cafe) mbak....".[78]

Ketika peneliti menanyakan kesan menanyakan kesan Ibu Sulis mengenai konsep pengemasan *live music* yang ada di Adelia Cafe, berikut penuturannya:

> "Pokoknya saya seneng disini (Adelia Cafe), dan kalau ada waktu luang saya akan sering-sering kesini buat nyanyi.....".[79]

Hal tersebut diatas membuktikan bahwa pengunjung memiliki tanggapan atau respon yang hampir sama yakni sama-sama terkesan positif dan antusias dengan konsep pengemasan *live music* yang disajika oleh pihak Adelia Cafe. Sehingga hal tersebut nantinya akan berujung pada kepercayaan dan pencitraan kafe yang positif pula.

---

[78] Hasil wawancara dengan Ibu Sulis, pengunjung Adelia Cafe pada tanggal 13 Juli 2011, jam 20:40-21:10 di Adelia Cafe Bojonegoro.

[79] Hasil wawancara dengan Ibu Sulis, pengunjung Adelia Cafe pada tanggal 13 Juli 2011, jam 20:40-21:10 di Adelia Cafe Bojonegoro.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian

1. Temuan Penelitian Tentang Konsep Pengemasan Program *Live Music* Dalam Membentuk Citra Kafe

Temuan yang dihasilkan dari penelitian ini diantaranya adalah bahwasanya menyadari pentingnya tempat yang menyajikan hiburan bagi masyarakat kota Bojonegoro dewasa ini, maka Adelia Cafe menghadirkan nuansa *entertainment* dalam konsep acara yang digelar tiap minggunya yaitu *live music performance.*

Program *live music* sendiri merupakan sebuah pertunjukkan musik secara langsung dihadapan tamu tanpa menggunakan media seperti VCD, *tape recoder* dan lainnya, ini merupakan penuturan dari Manager Adelia Cafe. Dan hal ini memang sesuai dengan definisi dari *live music* yang terkemuka pada bab II (dua) yakni, istilah *live music performance* sendiri adalah suatu pertunjukan langsung dalam bentuk musik di depan penonton, dan definisi ini diambil dari wikipedia bahasa Indonesia, sehingga bila definisi *live music* dari pihak maneger Adelia Cafe dan wikipedia bahasa Indonesia tersebut dibandingkan dan dianalisa maka hasilnya adalah sangat cocok dan sesuai.

Selanjutnya, Konsep pengemasan *live music* di Adelia Cafe adalah "dari kita untuk kamu", maksudnya disini Adelia Cafe tidak menyediakan penyanyi untuk menghendel acara tetapi pihak adelia menyediakan MC (*master of ceremony*) untuk menghendel acara tersebut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sehingga tamu ataupun pengunjung bisa ikut berpartisipasi untuk menyanyi dalam acara *live music* tersebut. Kemudian, MC (*master of ceremony*) tadi diambil dari *waitress* dari Adelia Cafe sendiri. Hal ini bertujuan agar lebih mendekatkan *waitress* Adelia dengan tamu ataupun pengunjungnya, dan hal itulah yang membedakan program *live music* di Adelia Cafe dengan *live music* di kafe-kafe lainnya (penuturan dari ibu Isti, manager dari Adelia Cafe).

Jika dianalisa, penuturan dari manager Adelia Cafe ini sangat sesuai dengan sebuah buku yang berjudul "*Music the Art of Lisening*" karangan Jean Ferris yang menyebutkan bahwa" *even more satisfying, however, is the experience of music in live performance, where performers and listener actively complete the chain of events that a composers has begun*" (kepuasan akan sebuah pertunjukan musik didapatkan ketika penyanyi dan pendengarnya saling berinteraksi satu sama lain serta saling melengkapi sehingga menjadi sebuah mata rantai ketika sebuah komposer musik mulai dimainkan).

Sebenarnya, definisi dari konsep itu sendiri adalah sebuah ide pokok yang mendasari suatu pengemasan program *live music*, sehingga konsep ataupun ide pokok ini sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak Adelia Cafe. Konsep pengemasan *live music* di Adelia Cafe dan penuturan dari Jean Ferris ini dianggap sesuai oleh peneliti dalam hal pengemasan *live music*nya. karena menurut kacamata peneliti konsep pengemasan *live music* yang disajikan oleh Adelia Cafe berbeda dan lain dari pengemasan *live music* dengan kafe-kafe pada umumnya sehingga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hal ini memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggannya karena memang dalam pengemasan *live music*nya lebih sering pengunjung sendiri yang menjadi penyanyinya, meskipun pada even-even tertentu kadang masih mengundang bintang tamu. Dan saling keterkaitan antara pengujung satu dengan pengunjung lainnya dalam kegiatan menyanyi ini merupakan sebuah mata rantai yang saling melengkapi ketika *live music* tersebut disajikan oleh pihak adelia Cafe. Sedangkan keterkaitan antara pengunjung dengan *waitress* Adelia Cafe yang berperan sebagai MC (*master of ceremony*) dalam kegiatan *live music* ini juga mempunyai tujuan yaitu lebih mendekatkan hubungan antara pihak Adelia Cafe dan pengunjungnya.

Live music disajikan tiap hari Senin, Rabu dan Sabtu pada setiap Minggunya, kemudian hari Selasa pada minggu pertama dan ketiga, dan pada minggu ketiga ini kami menyebutnya dengan *evening party,* jadi diminggu ini acara *live music* dibuat lebih meriah semisal ditambah dengan *performance dance* dari *waitresss*nya sendiri yang kemudian dikondisikan, dan jika para tamu sudah berkumpul maka kita tampilkan *performance dance* dari *waitress* tersebut. Kadang kalau ada *special event* misalkan seperti kemarin dalam meperingati hari Kartini kita perform dengan tampilan yang berbeda di sesuaikan dengan tema yakni dengan mengundang pengisi acara dari luar seperti halnya mengundang *brigde dance* dan *repper.* Tetapi kalau hari biasa cuma dengan penampilan dari *waitress* itu sendiri (penuturan dari ibu Isti, manager dari Adelia Cafe).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika dianalisa, *waitress* Adelia Cafe ini mempunyai peranan ganda dalam hal penyajian *live music*. Hal ini bisa dilihat bahwasanya selain bertugas sebagai MC (*master of Ceremony*) atau pemandu acara dalam *live music, waiters* juga bertugas sebagai *dancer* dalam acara maupun event tertentu seperti halnya hari Kartini kemarin dengan performa yang berbeda dan lain dari hari biasanya. Sehingga hal ini juga menunjukkan bahwa semua staff turut serta dalam berlangsungnya acara *live music* ini.

Di Adelia Cafe ini ada beberapa genre atau jenis musik yang biasa ditampilkan untuk acara *live music*nya. Genre musik tersebut diantranya adalah musik campursari, dangdut dan pop, namun yang cenderung disajikan adalah musik pop. Hal ini senada dengan penuturan dari manager Adelia yakni: "Kita sering menggunakan genre musik pop, karena memang banyak diminati oleh pengunjung kafe. Kadang, kalau ada tamu yang reques lagu dangdut, kita juga ada, kita juga sediakan lagu Jawa, campursari, tetapi yang pasti kita lebih identik ke popnya".

Musik dangdut adalah aliran musik yang sudah tidak asing bagi masyarakat Indonesia, dangdut adalah musik yang sangat merakyat bagi bangsa Indonesia sejak jaman berdirinya negara Indonesia. Musik dangdut berakar dari musik melayu yang mulai berkembang pada tahun 1940 an. Irama melayu sangat kental dengan unsur aliran musik dari India dan gabungan dengan irama musik dari arab. Unsur tabuhan gendang yang merupakan bagian unsur dari musik india digabungkan dengan unsur cengkok penyanyi dan harmonisasi dengan irama musiknya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan suatu ciri khas dari irama melayu merupakan awal dari mutasi dari Irama melayu ke dangdut.

Aliran musik dangdut merupakan seni kontemporer yaitu suatu cabang seni yang terpengaruh dampak modernisasi dan terus berkembang. Pada awal mulanya irama dangdut identik dengan seni musik kalangan kelas bawah dan memang aliran seni musik dangdut ini merupakan cerminan dari aspirasi dari kalangan masyarakat kelas bawah yang mempunyai ciri khas kelugasan dan kesederhaan nya.

Karena sifat kontemporernya maka di awal tahun 1980 an musik dangdut berintaraksi dengan aliran seni musik lainnya, yaitu dengan masuknya aliran musik pop, rock dan disco atau house musik. Selain masuknya unsur seni musik modern musik dangdut juga mulai bersenyawa dengan irama musik tradisional seperti gamelan, jaranan, jaipongan dan musik tradisional lainnya. Maka pada jaman 1990 mulailah era baru lagi yaitu musik dangdut yang banyak dipengaruhi musik tradisional yaitu irama gamelan yang notabene merupakan kesenian musik asli budaya jawa maka pada masa ini musik dangdut mulai berasimilasi dengan seni gamelan, dan terbentuklah suatu aliran musik baru yaitu musik dangdut campursari, meskipun musik dangdut yang lebih original juga masih eksis pada masa tersebut.

Musik dangdut termasuk ke dalam genre seni musik yang berkembang di Indonesia dan merupakan musik asli bangsa Indonesia yang mulai menjamur pada jaman kejayaan dari si raja dangdut sendiri yaitu pada jaman kejayaan Rhoma Irama. Namun kini musik ini sudah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mulai banyak ditinggalkan peminatnya karena banyak bergeser ke musik pop. Musik ini cenderung diminati hanya oleh kaum bapak-bapak dan ibu-ibu yang sudah mengenalnya ketika dijaman kejayaan Rhoma Irama, sehingga musik ini juga masih banyak yang reques ketika *live music* di Adelia Cafe disajikan. Sebagian besar pengunjung Adelia Cafe adalah keluarga yang terdiri dari orang dewasa dan anak-anak dan hal ini tidak menutup kemungkinan keluarga tersebut menyukai sajian musik dangdut pada setiap kesempatan *live music* tersebut berlangsung.

Selanjutnya, Campursari merupakan salah satu bentuk kesenian yang hidup di Jawa. Bentuk musik ini merupakan perkawinan antara musik modern dengan musik etnik, seperti halnya telah disinggung pada parangraf sebelumnya, dimana dalam musik ini para seniman mencoba memadukan dua unsur musik yang berbeda untuk dapat memunculkan suatu bentuk musik yang baru. Dalam hal ini, instrument etnik yang digunakan adalah gamelan (gamelan agung) yang dipadukan dengan instrument musik modern seperti gitar elektrik, bass, drum dan keybord.

Pada awalnya, kehadiran musik ini memunculkan suatu kontroversi antara seniman dari musik tradisi dengan para pelaku musik kreatif. Karena hal ini dianggap menurunkan suatu nilai tradisi yang terkandung dalam gamelan sebagai salah satu bentuk musik istana. Namun, bagi seniman pelaku musik kreatif, hal tersebut bukan merupakan suatu penghalang yang berarti. Buktinya campursari dapat berkembang hingga meluas pada masyarakat di luar kebudayaan musik itu berasal. Hingga beberapa tahun yang lalu bentuk musik ini sempat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dipopulerkan di Indonesia oleh Manthous dan Didik kempot. Karena bentuk musik enak didengar dan dengan nuansa tradisi yang dibawa akhirnya musik ini diminati banyak orang dari berbagai kalangan di Indonesia. Tak heran kalau selanjutnya muncul banyak kelompok musik campursari di daerah-daerah.

Musik campursari menjadi salah satu jenis musik komersial yang digemari oleh masyarkat yang kebanyakan dari golongan sosial ekonomi menengah ke bawah tidak terkecuali masyarakat Bojonegoro dan banyak dijumpai dalam berbagai macam acara, seperti pesta pernikahan, perayaan hari-hari besar, dan tidak ketinggalan pada acara *live music* di Adelia Cafe Bojonegoro.

Sedangkan musik pop itu sendiri adalah jenis Musik yang memiliki ciri antara lain penggunaan ritme yang terasa bebas dengan mengutamakan permainan drum dan gitar bas. Komposisi melodinya juga mudah dicerna. Biasanya, para musisinya juga menambahkan variasi gaya yang beraneka ragam untuk menambah daya tarik dan penghayatan pendengar atau penontonnya.

Beberapa tahun terakhir ini peminat lagu pop di Indonesia sendiri ini juga meningkat seiring dengan semakin maraknya band-band lokal yang mulai menjamur pada tahun 2000an. Musik pop termasuk kedalam jenis musik populer dan merupakan jenis-jenis musik yang saat ini digemari oleh masyarakat awam. Musik jenis ini merupakan musik yang sesuai dengan keadaan jaman saat ini, sehingga sesuai di telinga kebanyakan orang. Selain musik pop ada beberapa jenis musik lain yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

termasuk ke dalam musik populer yaitu musik *funk, jazz, blues, rock, gospel, underground*, dan lain-lain. Genre musik ini dapat ditemui di hampir seluruh belahan dunia oleh karena sifat musiknya yang hampir bisa diterima semua orang. Dan mungkin karena alasan inilah maka pihak Adelia Cafe cenderung menggunakan genre musik pop. Peminat musik pop tidak terbatas pada kaum muda saja namun anak-anak dan orang dewasa pun cenderung suka dengan jenis musik ini.

Singkatnya, musik pop adalah genre penting namun batas-batasnya sering kabur, karena banyak musisi pop dimasukkan juga ke kategori *rock, hip hop, country,* dan lain sebagainya. Sedangkan musik campursari merupakan musik tradisional masyarakat jawa dan musik dangdut merupakan musik asli Indonesia. Dalam performanya, pengelola lebih cenderung menampilkan musik pop dari pada jenis musik lainnya. Jenis musik pop sering ditampilkan karena memang antusiasme pengunjung terhadap musik pop lebih banyak dan identik dibandingkan dengan genre musik lainnya. Selain musik pop, pengelola juga tidak menutup kemungkinan bagi setiap pengunjung yang ingin reques lagu lain semisal lagu dangdut, campursari ataupun lagu-lagu lainnya untuk dinyanyikan.

Dalam upaya membentuk citra kafenya, pihak Adelia Cafe berupaya semaksimal mungkin meminimalisir hal-hal yang berbau negatif, khususnya mengenai konsep pengemasan *live music*nya. Sebenarnya pihak Adelia memiliki harapan besar tentang pencitraan kafenya, ini sesuai dengan penuturan dari manager Adelia Cafe itu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sendiri yakni: "Citra kafe memang penting, karena kafe ini akan dikenal melalui citranya. Dari sini, pengelola ingin orang tahu bahwa Adelia adalah sebuah *International cafe* yang jauh dari hal-hal negatif. Jadi apa yang kita sajikan itu jauh dari hal-hal yang negatif dan bisanya sering dikait-kaitkan dengan miras atau minuman keras. Sebenarnya, banyak juga tamu yang menanyakan hal tersebut tetapi karena itu memang tidak sesuai dengan konsep kita, maka kita tidak sediakan dan kita tidak jual. Selain itu, kafe memang identik dengan cewek-cewek yang *stay*, kita juga tidak sediakan. Jadi, citra yang kita bentuk adalah citra cafe yang bersih dan ditujukan untuk keluarga".

Jika dianalisa, apa yang dilakukan oleh pihak Adelia Cafe dalam upaya membentuk citra kafenya memang sudah tepat, khususnya pada konsep pengemasan program *live music* yang disajikan untuk pengunjung kafe. Umumnya, citra kafe memang sudah terlanjur negatif dimata masyarakat karena tidak jarang kafe yang rentan menyimpang dari fungsi sebenarnya. Artinya, kafe yang semula dibuka sebagai tempat santai atau relaksasi kemudian sering digunakan untuk transaksi hal-hal yang dilarang agama apapun. Namun Adelia Cafe berbeda dengan kafe-kafe lain pada umumnya. Bisa dipastikan bahwa Adelia adalah pertama dan satu-satunya kafe yang bersih dari kemaksiatan. Ini terbukti dengan tidak adanya hal-hal yang menjadi indikator kemaksiatan seperti halnya menjual minuman beralkohol, penampilan DJ (*Dics Jocker*), tidak adanya perempuan-perempuan yang berpakaian mini pada setiap penampilan *live music,* dan lainnya. Awalnya, memang ada, namun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan serta untuk membangun citra kafe sendiri maka hal tersebut dihentikan dan diganti dengan penampilan *live music* dari pengunjungnya sendiri.

Kemudian jika dilihat lagi, konsep pengemasanya *live music*nya pun berbeda dengan konsep pengemasanya *live music* yang ada pada kafe-kafe lainnya. Umumnya, kafe-kafe lain menyajikan *live music* dengan menghadirkan penyanyi ataupun band secara langsung dihadapan pengunjung, baik penyanyi ataupun band tersebut dari tingkat lokal maupun nasional pada setiap performanya, namun Adelia Cafe memberikan konsep pengemasan yang berbeda yakni dengan tidak menyediakan penyanyi untuk menghendel acara tetapi pihak adelia menyediakan MC (*master of ceremony*) untuk menghendel acara tersebut sehingga tamu ataupun pengunjung bisa ikut berpartisipasi untuk menyanyi dalam acara *live music* tersebut. MC (*master of ceremony*) tadi diambil dari *waitress* dari Adelia Cafe sendiri, sehingga bila ditelaah lebih dalam pihak Adelia Cafe ini mengharapkan pencitraan kafenya dengan citra yang bisa disebut citra keinginan (*wish image*), khususnya dengan menggunakan *live music* yang telah disajikan sebagai media pembentuk citra kafenya.

Hal diatas sesuai dengan pernyataan Frank Jefkins, dalam bukunya *Hubungan masyarakat* (Intermasa, 1992) yang telah disebutkan pada bab sebelumnya yakni bab II bahwa Citra keinginan ini adalah seperti apa yang ingin dan dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga, perusahaan atau produk yang ditampilkan tersebut lebih dikenal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(*good awareness*), menyenangkan dan diterima dengan kesan yang selalu positif diberikan (*take and give*) oleh publiknya atau masyarakat umum.

Selain itu, hal ini juga sesuai dengan prinsip dari penggunaan metode komunikasi *public relations* itu sendiri yaitu untuk menciptakan pengertian, dukungan, dan *image* positif dari publiknya. *Image* atau citra positif dari suatu organisasi akan sangat membantu lembaga ataupun perusahaan tersebut dalam pencapaian tujuannya.

Program *live music* merupakan daya tarik sekaligus sarana bagi pihak pengelola dalam meraih tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Dengan adanya konsep pengemasan *live music* diatas, pihak Adelia Cafe berharap agar kafenya memiliki citra yang sesuai dengan harapan pengelolanya yakni citra yang positif di hati pengunjungnya. Karena citra merupakan persepsi yang paling menonjol dan citra sebuah perusahaan tidak bisa direkayasa. Citra positif akan terbentuk jika performa perusahaan benar-benar seperti apa yang diberitakan oleh perusahaan tersebut. Citra akan terbentuk dengan sendirinya dari upaya yang kita tempuh sehingga komunikasi dan keterbukaan perusahaan merupakan salah satu kunci penting untuk mendapatkan citra yang positif.

Adelia Cafe menggunakan program *live music* sebagai media pembentuk citra kafe itu sendiri. Hal tersebut dilakukan karena tujuan utama dari Adelia Cafe ini adalah mengacu pada reputasi dan pencitraan yang positif terhadap kafenya. Jika citra Adelia sebagai kafe ini positif, maka semua hal-hal yang beridentitas Adelia Cafe juga akan positif begitu pula sebaliknya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Temuan Penelitian Tentang Persepsi, Kognisi, Motivasi Dan Sikap Pengunjung Mengenai Konsep Pengemasan Program *Live Music* Yang Ada Di Adelia Cafe

Persepsi merupakan proses yang kompleks dimana kita menerima dan menyaring informasi dari lingkungan. Persepsi juga merupakan proses psikologis sebagai hasil penginderaan serta proses terakhir dari kesadaran, sehingga membentuk proses berpikir.

Selain definisi diatas, Persepsi juga diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemapuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.

Persepsi seseorang akan mempengaruhi proses penyaringan dan mendorong pengunjung untuk melaksanakan sesuatu yakni menolak ataupun menerima rangsangan berupa program *live music* yang telah disajikan oleh pihak adelia Cafe.

Dan jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka tidak lepas dari interaksi antara pengunjung satu dengan pengunjung lainnya, antara pengunjung dengan karyawan Adelia Cafe serta pengunjung dengan konsep pengemasan *live music* yang ada di Adelia Cafe. Adanya interaksi antar komponen yang ada di dalam keadaan ini menjadikan masing-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masing komponen yakni pengunjung satu dengan pengunjung lainnya, antara pengunjung dengan karyawan Adelia Cafe serta pengunjung dengan konsep pengemasan *live music* yang ada di Adelia Cafe akan saling memberikan tanggapan, penilaian dan persepsinya. Adanya persepsi ini adalah penting agar dapat menumbuhkan komunikasi aktif, sehingga dapat membentuk citra kafe itu sendiri.

Komponen kedua adalah kognisi. Kognisi merupakan suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Kognisi juga bisa diartikan sebagai kepercayaan seseorang tentang sesuatu yang didapatkan dari proses berpikir tentang seseorang atau sesuatu.

Proses yang dilakukan dalam kognisi ini adalah memperoleh pengetahuan dan memanipulasi pengetahuan melalui aktivitas mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, membayangkan dan berbahasa. Kepercayaan dan pengetahuan seseorang tentang sesuatu dipercaya dapat mempengaruhi sikap mereka dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku tindakan mereka terhadap sesuatu. Merubah pengetahuan seseorang akan sesuatu dipercaya dapat merubah perilaku mereka.

Kaitannya dengan peneliatian ini, maka jika dianalisa, setelah pengunjung memberikan pemaknaan dengan terlebih dahulu pengamatan terhadap acara *live music* yang telah dikonsep dengan pengemasan yang sedemikian, maka proses selanjutnya adalah pengunjung melalui program *live music* yang disajikan oleh Adelia Cafe ini mulai meyakinkan diri mereka. Keyakinan ini akan timbul apabila pengunjung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

telah mengerti rangsang yang berupa *live music* tersebut, sehingga pengunjung harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya yakni dengan memberikan konsep pengemasan *live music* yang berbeda dengan konsep pengemasan *live music* yang disajikan oleh kafe-kafe pada umumnya seperti yang telah disebutkan diatas.

Selanjunya, komponen ketiga adalah motif atau motivasi. Motif atau motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Motivasi juga bisa dikatakan sebagai rencana atau keinginan untuk menuju kesuksesan dan menghindari kegagalan hidup. Dengan kata lain motivasi adalah sebuah proses untuk tercapainya suatu tujuan. Seseorang yang mempunyai motivasi berarti ia telah mempunyai kekuatan untuk memperoleh kesuksesan dalam kehidupan.

Motivasi dapat berupa motivasi *intrinsic* dan *ekstrinsic*. Motivasi yang bersifat intinsik adalah manakala sifat pekerjaan itu sendiri yang membuat seorang termotivasi, orang tersebut mendapat kepuasan dengan melakukan pekerjaan tersebut bukan karena rangsangan lain seperti status ataupun uang atau bisa juga dikatakan seorang melakukan hobinya. Sedangkan motivasi ekstrinsik adalah manakala elemen-elemen diluar pekerjaan yang melekat di pekerjaan tersebut menjadi faktor utama yang membuat seorang termotivasi seperti status ataupun kompensasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah pengunjung memberikan pemaknaan dengan terlebih dahulu melakukan pengamatan terhadap acara *live music* yang telah dikonsep dengan pengemasan yang sedemikian, dan adanya proses kognisi, yakni pengunjung melalui program *live music* yang disajikan oleh Adelia Cafe ini mulai meyakinkan diri mereka. Keyakinan ini timbul apabila pengunjung telah mengerti rangsang yang berupa *live music* tersebut, sehingga pengunjung harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya yakni dengan memberikan konsep pengemasan *live music* yang berbeda dengan konsep pengemasan *live music* yang disajikan oleh kafe-kafe pada umumnya seperti yang telah disebutkan diatas, maka proses selanjunya adalah pengunjung Adelia Cafe mulai terdorong untuk menentukan sebuah sikap yang sesuai dengan tujuannya.

Motif atau motivasi tersebut bisa berasal dari dalam maupun dari luar dirinya. Motifasi dari dalam dirinya maksunya adalah pengunjung tersebut memang mempunyai tujuan tertentu dalam menunjukkan reaksinya dan dorongan tersebut benar-benar berasal adri dalam dirinya, motif dari dalam diri pengunjung bisa berupa memang pengunjung tersebut suka dan setuju dengan konsep pengemasn *live music* yang disajikan oleh pihak Adelia Cafe ataupun sebaliknya, yang terpenting tidak ada pengaruh dari luar dirinya. Sedangankan motivasi dari luar dirinya maksudnya adalah tidak adanya pengaruh luar yang dapat mempengaruhi daya dorong pengunjung untuk senang ataupun tidak senang terhadap *live music* yang disajikan oleh pihak Adelia Cafe.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengaruh dari luar tersebut semisal tidak adanya ancaman ataupun paksaan dari pihak adelia Cafe terhadap pengunjung dalam penyajian *live music*nya.

Komponen terakhir dalam proses pembentukan citra ini adalah sikap. Sikap pada awalnya diartikan sebagai suatu syarat untuk munculnya suatu tindakan. Fenomena sikap adalah mekanisme mental yang mengevaluasi, membentuk pandangan, mewarnai perasaan, dan akan ikut menetukan kecendrungan perilaku kita terhadap manusia atau sesuatu yang kita hadapi, bahkan terhadap diri kita sendiri. Pandangan dan perasaan kita terpengaruh oleh ingatan akan masa lalu, oleh apa yang kita ketahui dan kesan kita terhadap apa yang sedang kita hadapi saat ini.

Sikap juga diartikan sebagai adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan prilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berprilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disuakai, diharapkan dan diinginkan. Sikap mengandung aspek evaluatif, artinya mengandung nilai menyenangkan. Sikap ini juga dapat diperteguh atau diubah.

Setelah melalui tiga proses sebelumnya yakni proses persepsi atau pemaknaaan, kognisi atau meyakinkan diri, serta motivasi atau daya dorong, maka komponen terakhir adalah sikap atau kecenderungan untuk bertindak. Program *live music* yang ada tersebut di maknai, diyakini,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

serta dimotivasi oleh pengunjung kafe, maka selanjutnya pengunjung mulai menetukan sikap mereka.

Dari penyajian data pada Bab 3 yang berupa hasil wawancara peneliti dengan Fauzi dan Erin, yaitu pengunjung kafe tentang persepsi, kognisi, motivasi serta sikap mereka mengenai konsep pengemasan *live music* yang ada di Adelia Cafe adalah mereka merespon positif. Selain itu, mereka sering datang ke Adelia Cafe hanya sekedar untuk mengikuti acara *live music* yang disajiak oleh pihak Adelia Cafe. Hal tersebut bisa di lihat pada pernyataan mereka "Saya sering kesini (Adelia Cafe) tiap ada *live music*. Itu karena kita (Fauzi dan Erin) menyukai konsepnya, selain itu kita (Fauzi dan Erin) juga seneng banget ikut nyumbang nyanyi. Kalau di kafe lain kan kita Cuma bisa liat aja n gak bisa ikut nyumbang nyanyi..... ini kebetulan karena hobi kita (Fauzi dan Erin) emang suka nyanyi, apalagi kalo duet. Jadi intinya disini kita sangat puas dan seneng banget *hangout* disini mbak..... ".

Selain itu, di Bab 3 juga didaptakan fakta bahwa ada pengunjung lain yang juga terkesan dengan konsep pengemasan *live music* yang disajikan oleh Adelia Cafe. Meskipun termasuk pengunjung baru, tetapi teryata konsep pengemasan *live music* tersebut mampu memukau hati pengunjung ini. Berikut pernyataan pengunjung (Ibu Sulis) tersebut: "Saya sebenarnya tidak terlalu sering juga kesini (Adelia Cafe) mbak... kebetulan ini baru ketiga kalinya saya kesini. Meskipun begitu, tapi sejak pertama datang kesini (Adelia Cafe), saya sudah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terkesan. Saya liat disini kafenya nyaman, apalagi saya juga pernah ikut nyumbang nyanyi pas kedua kali kesini (Adelia Cafe) mbak".

Dari sini jelas, bahwa ternyata mereka (pengunjung) merespon positif yakni dengan mendukung dan ikut berpartisipasi dalam acara *live music* yang telah disajikan dan tertarik untuk terus mengikuti serta berpartisipasi didalamnya. Sehingga pengelola maupun pihak adelia Cafe dapat mengetahui respon dari pengunjungnya, karena hal ini sangat menentukan keberhasilan dan kemajuan dari program yang dibuat oleh pihak kafe dan tentunya berujung pada *branding* tau pencitraaan dari kafe itu sendiri.

Citra perusahaan merupakan akumulasi dari nilai-nilai kepercayaan yang diberikan oleh pengunjung yang mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk opini publik yang lebih abstrak. Untuk membentuk citra tersebut, maka perlu adanya strategi khusus untuk mewujudkan citra positif yang akan memberi manfaat penting dalam mempengaruhi masyarakat dunia usaha yang akan menanamkan modalnya. Kepercayaan dan keyakinan masyarakat dalam dan luar daerah Bojonegoro sangat perlu untuk menumbuhkan iklim yang kondusif bagi perkembangan Adelia Cafe ini.

Dalam upaya membentuk citra positif Adelia Cafe, baik itu di dalam maupun di luar perusahaan, maka selain menyajikan konsep pengemasan *live music* seperti yang telah disebutkan diatas, Adelia cafe juga meminimalisir hal-hal yang berbau negatif seperti halnya dengan tidak menyediakan minuman beralkohol, tidak menyediakan cewek-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cewek yang *stay* sehingga Adelia Cafe bisa mewujudkan pencitraannya sebagai kafe yang jauh dari kemaksiatan .

Citra adalah salah satu aset terpenting dari perusahaan atau organisasi tidak terkecuali kafe. Citra yang baik merupakan perangkat yang kuat bukan hanya untuk menarik pengunjung agar datang dan memilih Adelia Cafe sebagai tempat tujuan utamanya, melainkan juga memperbaiki pelayanan dan kepuasan pengunjung terhadap fasilitas yang ada di Adelia Cafe ini. Selain itu, Citra yang baik juga dapat mendukung setiap aktivitas yang diadakan oleh pihak kafe seperti halnya penyajian *live music.*

B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori

Bicara tentang *brnding* atau pencitraan, peneliti menggunakan teori pembentukan citra model John S. Nimpeono sebagai teori yang relevan untuk menkonfirmasi hasil temuan.

Teori ini berbunyi bahwa: *Public relations* digambarkan sebagai *input-output*, proses *intern* dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan *input* adalah stimulus yang diberikan, dan *output* adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi-kognitif-motivasi-sikap.

> "...proses-proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi, motivasi dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu diartikan sebagai mental representation (citra) dari stimulus". (Nimpoeno, dalam Danasaputra, 1995:36)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika temuan yang sudah di paparkan sebelumnya di bandingkan dengan menggunakan teori pembentukan citra model John S. Nimpeono ini maka:

Public relations digambarkan sebagai *input-output.* Setelah diteliti dan diobservasi, ternyata di Adelia Cafe ini belum ada istilah yang menduduki jabatan sebagai PR (*public relations*), tetapi peranan sebagai PR (*public relations)* masih dipegang oleh seorang manager sebagai pengendali perusaaan tersebut.

Jika dianalisa sebanarnya fungsi PR (*public relations*) dan manager hampir sama. Fungsi managemen adalah mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunkasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dengan khalayaknya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara dengan publiknya, menyangkut aktifitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama, melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini *public*, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama. Karena memang Adelia Cafe ini sebuah perusahaan profit dan milik pribadi, maka pihak Adelia mungkin merasa belum perlu adanya peranan PR (*public relations*) dalam perusahaanya,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cukup dengan peranan manager saja karena fungsi dari manager dan PR (*public relations*) memang sama dan hampir tidak ada bedanya.

Selanjutnya, karena memang di Adelia Cafe tidak terdapat peranan PR (*public relations*), maka Managerlah yang mengganti peranan PR (*public relations*) sebagai gambaran *input-output* pada gambaran teori relevansi dalam penelitian ini.

Input adalah stimulus yang diberikan, dan *output* adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Jadi disini, pihak manager Adelia Cafe berperan sebagai pemberi stimulus yang berupa program *live music* yang disajikan tiap hari Senin, Rabu dan Sabtu pada setiap Minggunya, kemudian hari Selasa pada minggu pertama dan ketiga, dan pada minggu ketiga ini biasa disebut dengan *evening party*. Kemudian, program *live music* tersebut di konsep dengan pengemasan yang unik, menarik dan berbeda dengan konsep pengemasan *live music* kafe-kafe pada umumnya yakni dengan konsep pengemasan yang tidak menyediakan penyanyi untuk menghendel acara tetapi pihak adelia menyediakan MC (*master of ceremony*) untuk menghendel acara tersebut sehingga tamu ataupun pengunjung bisa ikut berpartisipasi untuk menyanyi dalam acara *live music* tersebut. Kemudian MC (*master of ceremony*) tadi diambil dari *waitress* dari Adelia Cafe sendiri. Hal ini bertujuan agar lebih mendekatkan *waitress* Adelia dengan tamu ataupun pengunjungnya, dan hal itulah yang membedakan program *live music* di Adelia Cafe dengan *live music* di kafe-kafe lainnya.

Kemudian, proses *intern* dalam model ini adalah pembentukan citra. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi-kognitif-motivasi-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sikap. Dan empat komponen persepsi, kognisi, motivasi dan sikap merupakan citra individu terhadap rangsangan berupa *live music performance* dan empat komponen itu sendiri telah di jelaskan pada bagian sebelumnya.

Konsep pengemasan *live music* di Adelia Cafe yang sedemikian itu ternyata mendapatkan respon positif dari pengunjunnya. Respon disini juga bisa disebut dengan istilah *output*. Dan dalam hal ini peran manager dalam menanggapi respon pengunjungnya juga sangat berperan penting dalam rangka berjalan secara efektif atau tidaknya acara *live music performance* tersebut.

Selanjutnya, *live music performance* yang telah disajikan dengan konsep pengemasan yang sedemikian tersebut diterima dan mendapat sambutan positif serta antusiasme dari pengunjung Adelia Cafe, berarti terdapat komunikasi dan terdapat perhatian dari pengunjung dan dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan. Jadi jika acara *live music* sudah bisa diterima oleh pengunjung, maka pihak Adelia Cafe dapat terus melanjutkannya, namun tetap harus terus berinovasi dalam konsep pengemasannya agar pengunjung tidak bosan ddan jenuh dengan konsep pengemasan yang sudah ada.

Dengan demikian, hal ini pasti juga akan berujung pada pencitraan kafe itu sendiri tentunya, yakni citra positif dari pengunjung. sehingga perusahaan terkait dapat mengetahui langkah selanjutnya dalam mengembangkan Adelia Cafe di masa depan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Setelah mengetahui pembahasan baik secara empiris maupun teoritis dalam pelaksanaan penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Adelia Cafe berbeda dengan kafe-kafe lain pada umumnya. Bisa dipastikan bahwa Adelia adalah pertama dan satu-satunya kafe yang bersih dari kemaksiatan. Ini terbukti dengan tidak adanya hal-hal yang menjadi indikator kemaksiatan seperti halnya menjual minuman beralkohol, penampilan DJ (*Dics Jocker*), tidak adanya perempuan-perempuan yang berpakaian mini pada setiap penampilan *live music,* dan lainnya.
2. Menyadari pentingnya tempat yang menyajikan hiburan bagi masyarakat kota Bojonegoro dewasa ini, maka Adelia Cafe menghadirkan nuansa *entertainment* dalam konsep acara yang digelar tiap minggunya yaitu *live music performance.*
3. *Live music* disajikan tiap hari Senin, Rabu dan Sabtu pada setiap Minggunya, kemudian hari Selasa pada minggu pertama dan ketiga, dan pada minggu ketiga ini biasa disebut dengan *evening party.*
4. Konsep pengemasanya *live music*nya pun berbeda dengan konsep pengemasanya *live music* yang ada pada kafe-kafe lainnya. Umumnya, kafe-kafe lain menyajikan *live music* dengan menghadirkan penyanyi ataupun band secara langsung dihadapan pengunjung, baik penyanyi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ataupun band tersebut dari tingkat lokal maupun nasional pada setiap performanya, namun Adelia Cafe memberikan konsep pengemasan yang berbeda yakni dengan tidak menyediakan penyanyi untuk menghendel acara tetapi pihak adelia menyediakan MC (*master of ceremony*) untuk menghendel acara tersebut sehingga tamu ataupun pengunjung bisa ikut berpartisipasi untuk menyanyi dalam acara *live music* tersebut. MC (*master of ceremony*) tadi diambil dari *waitress* dari Adelia Cafe sendiri, sehingga hal ini akan lebih mendekatkan pengunjung dengan *waitress* Adelia Cafe tentunya.

5. Program *live music* merupakan daya tarik sekaligus sarana bagi pihak pengelola dalam meraih tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Dengan adanya konsep pengemasan *live music* diatas, pihak Adelia Cafe berharap agar kafenya memiliki citra yang sesuai dengan harapan pengelolanya yakni citra yang positif di hati pengunjungnya. Karena citra merupakan persepsi yang paling menonjol dan citra sebuah perusahaan tidak bisa direkayasa. Citra positif akan terbentuk jika performa perusahaan benar-benar seperti apa yang diberitakan oleh perusahaan tersebut. Citra akan terbentuk dengan sendirinya dari upaya yang kita tempuh sehingga komunikasi dan keterbukaan perusahaan merupakan salah satu kunci penting untuk mendapatkan citra yang positif.
6. Program *live music performance* yang telah disajikan dengan konsep pengemasan yang sedemikian tersebut diterima dan mendapat sambutan positif serta antusiasme dari pengunjung Adelia Cafe, berarti terdapat komunikasi dan terdapat perhatian dari pengunjung dan dengan demikian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

proses selanjutnya dapat berjalan. Jadi jika acara *live music* sudah bisa diterima oleh pengunjung, maka pihak Adelia Cafe dapat terus melanjutkannya, namun tetap harus terus berinovasi dalam konsep pengemasannya agar pengunjung tidak bosan ddan jenuh dengan konsep pengemasan yang sudah ada.

7. Adelia Cafe menggunakan program *live music* sebagai media pembentuk citra kafe itu sendiri. Hal tersebut dilakukan karena tujuan utama dari Adelia Cafe ini adalah mengacu pada reputasi dan pencitraan yang positif terhadap kafenya. Jika citra Adelia sebagai kafe ini positif, maka semua hal-hal yang beridentitas Adelia Cafe juga akan positif begitu pula sebaliknya.

B. Rekomendasi

Penulis memiliki beberapa rekomendasi dan masukan yang membangun kaitannya dengan judul penelitian "Program *Live Music* Dalam Membentuk Citra Kafe" bagi program studi ilmu komunikasi, Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, masyarakat pada umumnya serta pengelola kafe diantaranya adalah:

1. Umumnya, kafe memiliki citra buruk di mata masyarakat, sehingga apapun yang berkaitan dengan kafe juga dianggap buruk. Adelia Cafe hadir dengan konsep yang berbeda dan jauh dari kemaksiatan. Ini terbukti dengan tidak adanya minuman alkohol serta *live music*nya pun disajikan dengan pengemasan yang unik, yakni dengan melibatkan penonton untuk berpartisipasi tampil menyanyi secara langsung sehingga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hal ini dapat memberikan masukan bagi pengelola kafe lain sekaligus dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengusaha yang hendak terjun dibidang ini.

2. Penelitian ini jauh dari kata sempurna, dan mungkin temuan yang dihasilkan akan berubah sesuai dengan perkembangan zaman, oleh karena itu, maka alangkah baiknya jika perlu adanya penelitian lanjutan untuk mendapatkan khazanah ataupun wacana baru disiplin ilmu komunikasi, khususnya bagi konsentrasi *public relations.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Anggoro, Linggar. 2005. *Teori Dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia, Edisi.1. Cet. Ke-4.* Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian, Cet. Ke-7.* Jakarta: PT. Rineka Cipta.

_____. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Cet. Ke-13.* Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Aswadi. 2007. *Konsep Syifa' Dalam Tafsir Mafatih Al-Ghaib Karya Fakhruddin Al-Razi (544-606 H/ 1148-1210 M).* Disertasi.

Barker, Crish. 2005. *Cultural Studies; Teori & Praktik.* Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Bungin, Burhan. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer, Edisi 1, Cet. Ke-4.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

_____. 2007. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat, Edisi Pertama, Cet. Ke-2.* Jakarta: Kencana.

Dewi, Sutrisna. 2007. *Komunikasi Bisnis.* Yogyakarta: Andi Offset.

Ferris, Jean. 2003. *Music the Art of Lisenin, Sixth Edition.* New York: McGraw-Hill Companies.

Hitt, Michael A. dkk. 2002. *Manajemen Strategis, Daya Saing dan Globalisasi; Konsep" Buku 2.* Jakarta: Salemba Empat.

Kamien, Roger. 2006. *Music an Appreciation, Fifth Brief Edition.* New York: McGraw-Hill Companies.

Krisyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertaising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, Ed. 1, Cet. Ke-4.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Machlis, Joseph. 2003. *The Enjoyment of Music, an Introduction to Perceptive Listening.* New York: Norton & Company.

Moeleong, Lexy J. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cet. Ke-25.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mulyana, Deddy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya, Cet. Ke-6.* Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Nazir. 2005. *Metode Penelitian, Cet. Ke-6.* Bogor: Ghalia Indonesia.

Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations.* Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.

Olii, Helena. 2007. *Opini Publik*, Cet. Pertama. Jakarta: PT. Indeks.

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi. 3, Cet. Ke- 3.* Jakarta: Balai Pustaka.

Rachmadi. 1996. *Public Relations Dalam Teori Dan Praktek, Cet. Ke4.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi, Edisi 1, Cet. Ke-3.* Jakarata: PT. Raja Grafindo Persada.

_____. 2007. *Etika Kehumas Konsepsi & Aplikasi.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

_____. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi; Konsepsi dan Aplikasi.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Rumanti, Maria A. *Dasar Dasar Public Relations Teori dan Praktek*, Cet. Ke-3, (Jakarta: PT. Grafindo, 2005), hlm 65 dalam http://books.google.co.id/books?id.2011.

Salim, Agus. 2006. *Teori & Paradigma Penelitian Sosial, Cet. 1, Ed. 2.* Yogyakarta: Tiara Wacana.

Soemirat, Sholeh. Ardianto, Elvinaro. 2008. *Dasar- Dasar Public Ralations, Cet.Ke-6.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, Cet. Ke-6.* Bandung: CV. Alfabet.

Wasesa, Silih Agung. 2005. *Strategi Public Relations, Bagaimana Startegi Public Relations dari 36 Merek global dan Lokal Membangun Citra, Mengendalikan Krisis, dan Merbut Hati Konsumen.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Wikipedia Bahasa Indonesia, "Genre Music" dalam http://id.wikipedia.org/wiki/Genre_musik#Musik_Seni_.28Art_Music.29 .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Wikipedia Bahasa Indonesia, "Definisi Konser" dalam http://id. wikipedia.org/wiki/Konser/2011.

Buku Daftar Menu Adelia Cafe Bojonegoro.

Dokumen Adelia Cafe Bojonegoro.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id