



Eksistensi Grup Band Shaggydog di Yogyakarta ditinjau dari Aspek Manajemen Strategis

Paschalis Debry Bebrilian ^{a,1,*}, Titis Setyono Adi Nugroho ^{b,2}, Ezra Deardo Purba ^{c,3}

^a Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Indonesia

¹ Paschalisdebry4@gmail.com; ² titissan@isi.ac.id; ³ ezradeardopurba@isi.ac.id

* Penulis Koresponden

ABSTRAK

Kata kunci
Eksistensi
Band Shaggydog
Manajemen Strategi

Keywords
Existence
Shaggydog Band
Strategic
Management

Latar belakang penelitian berdasarkan eksistensi grup band Shaggydog di tengah fenomena bubarnya beberapa grup band di Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem manajemen grup band Shaggydog dan mengetahui eksistensi grup band Shaggydog ditinjau dari aspek manajemen strateginya. Konsep atau teori yang digunakan dari penelitian ini adalah manajemen strategi yang dianalisis menggunakan 4 elemen dasar dalam teori manajemen strategi yang terdiri dari: 1) Environmental scanning; 2) Strategy formulation; 3) Strategi implementation; dan 4) Evaluation and control.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif analitik. Data diperoleh dengan in-depth interview yang dilakukan dengan direktur utama PT. Putra Bersinar Bersama yang juga merupakan manajer dari grup band Shaggydog. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan manajer Doggyshop yang juga koordinator Doggies Indonesia dan koordinator Doggies Yogyakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, sistem manajemen Shaggydog yakni berbentuk PT (Perseroan Terbatas) namun tetap mengusung asas kekeluargaan; kedua, ditinjau dari aspek manajemen strategi, Shaggydog berhasil mengimplementasikan 4 elemen dasar tersebut sebagai eksistensinya dengan membuat 3 sub unit usaha diantaranya: DoggyHouse Record, DoggyShop, dan band Shaggydog itu sendiri. Saran bagi grup band Shaggydog, di antaranya: 1) Untuk terus membuat program yang bervariasi dan berinovasi dengan mengikuti perkembangan zaman; 2) Mampu untuk merubah kelemahan yang dimiliki menjadi kekuatan.

The Existence of the Shaggydog Band in Yogyakarta Viewed from the Strategic Management Aspect

The research background is based on the existence of the band Shaggydog amid the phenomenon of the disbandment of several bands in Yogyakarta. The purpose of this study is to determine the management system of the Shaggydog band and to know the existence of the Shaggydog band in terms of the strategic management aspect. The concept or theory used in this study is strategic management which is analyzed using 4 basic elements in strategic management theory which consist of: 1) Environmental scanning; 2) Strategy formulation; 3) Strategy implementation; and 4) Evaluation and control.

This study uses a qualitative descriptive analytic method. The data was obtained by in-depth interviews conducted with the main director of PT. Putra Bersinar Bersama who is also the manager of the band Shaggydog. In addition, interviews were also conducted with the Doggyshop manager who is also the coordinator of Doggies Indonesia and the coordinator of Doggies Yogyakarta.

The results of the study show that first, Shaggydog's management system is in the form of a Ltd (Limited Liability Company) but still carries the principle of kinship; secondly, in terms of strategic management aspect, Shaggydog has succeeded in implementing these 4 basic elements as its existence by creating 3 sub-business units

including: DoggyHouse Record, DoggyShop, and the Shaggydog band itself. Suggestions for the Shaggydog band, including: 1) To continue to make programs that vary and innovate to keep up with the times; 2) Able to turn weaknesses into strengths.

*This is an open-access article under the Open Journal System (OJS)

1. Pendahuluan

Band adalah kelompok musik yang terdiri dari beberapa anggota personel yang mempunyai peran dan fungsinya masing-masing (Kartika, 2019:1). Grup band yang sering dijumpai mempunyai anggota personel yang memainkan instrumennya masing-masing ada yang menjadi vokalis (penyanyi), gitaris (pemain gitar), keyboardist (pemain keyboard), bassist (pemain bass), dan drummer (pemain drum). Mereka menjadi satu kelompok yang menciptakan kesatuan untuk memainkan karya-karya musik dengan kompak.

Persaingan dalam industri musik mengharuskan setiap band khususnya di Yogyakarta untuk dapat mempertahankan eksistensinya. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, eksistensi didefinisikan sebagai keberadaan. Namun, beberapa tahun terakhir banyak grup band yang tidak dapat mempertahankan eksistensinya dengan beragam alasan. Pertama, grup band asal Yogyakarta yaitu Super Mario Bros yang terbentuk pada 20 november 2003 mendeklarasikan bahwa mereka bubar pada konser perpisahan di tahun 2014 (Kristiawan, 2014, March 2). Super Mario bubar disebabkan karena kebanyakan dari personelnya memiliki kesibukan masing-masing, terpisahkan jarak dan berkeluarga. Kedua, Grup band Primitive yang juga merupakan grup band asal Yogyakarta bertahan selama 8 tahun dan sudah bubar pada tahun 1980, band ini awalnya vakum kemudian beberapa personel berpisah kota. Selama band Primitive vakum, muncul band bernama Los Iriantos yang merebut vokalis band Primitive sehingga band Primitive sudah tidak dapat bertahan (Bame, 2021, October 27). Ketiga, salah satu grup band asal Yogyakarta yang telah berada di tingkat nasional lalu bubar adalah grup band Jikustik. Jikustik bubar pada tahun 2009 karena perdebatan ide-ide dari personel yang tak menemui jalan tengah hingga Pongki Barata merasa ide-idenya tak pernah terealisasikan kemudian para personel Jikustik mulai mundur satu persatu dari band ini (Saraswati, 2019, February 13).

Dari beberapa kasus grup band yang bubar, terdapat salah satu grup band nasional yang berasal dari Yogyakarta mampu eksis 26 tahun. Grup band tersebut adalah Shaggydog. Shaggydog merupakan sebuah grup band yang lahir di Yogyakarta pada tanggal 1 Juni 1997 tepatnya di Sayidan, Kota Yogyakarta. Grup Band tersebut beranggotakan Heru, Richard, Raymond, Bandizt, Lilik dan Yoyo. Dengan mengusung genre ska, grup band ini menyebut musik yang mereka mainkan sebagai "Doggy Style" yang merupakan perpaduan antara beberapa unsur musik seperti ska, reggae, jazz, swing dan rock (Shaggydog, n.d).

Selama 26 tahun grup band Shaggydog telah melewati berbagai masalah dan tetap mampu mempertahankan eksistensinya di tengah permasalahan budaya di skena underground yang tidak bergabung dengan major label. Dalam konteks musik, arti skena adalah komunitas atau wadah dalam sebuah genre musik tertentu (Berita Hari Ini, 2023). Shaggydog mengambil keputusan yang berbeda dari budaya di skena underground dan grup band Shaggydog memilih untuk bergabung dengan major label. Selanjutnya, masalah pada album kedua Shaggydog terkena dampak dari hilangnya trend ska yang menyebabkan penurunan pendengar. Hal tersebut mengakibatkan Shaggydog sempat tidak naik panggung selama beberapa bulan. Masalah selanjutnya terjadi pada tahun 2020 saat Indonesia terkena wabah virus Covid-19 sehingga berdampak kepada musisi-musisi karena tidak diizinkan untuk manggung dan penggelar seni juga dilarang untuk mengadakan acara terutama acara musik (Shaggydog, 2022, November 26). Meskipun dihadapkan dengan berbagai masalah, Shaggydog tetap eksis. Bahkan ditinjau dari akun instagram Shaggydog, pasca pandemi covid-19 Shaggydog telah melaksanakan tour pada bulan Oktober-November 2022 di 12 kota dan 13 acara (Synchronize Radio, 2022, August 28).

Dalam strategi mempertahankan eksistensi, sebuah organisasi atau grup band memerlukan peran manajemen. Salah satu grup band yang memanfaatkan manajemen untuk mempertahankan eksistensinya adalah Kahitna (Widiasanty, 2010:79). Selama 32 tahun, Kahitna mempertahankan reputasi dan mempertahankan eksistensi dengan manajemen komunikasi. Manajemen komunikasi tersebut meliputi komunikasi dengan sesama personel, dengan fans, dan antara manajemen dengan personel. Di sisi lain, manajemen band Kahitna berperan penting untuk mengatur kegiatan, mengatur hak dan kewajiban personel, mengatur pembagian kerja maupun menjalin kerja sama dengan berbagai pihak yang menghasilkan eksistensi sampai saat ini. Selanjutnya, Manajemen juga memiliki peran penting dalam suatu perusahaan. Sebagai contoh, perusahaan Day Care di Semarang menggunakan manajemen pendidikan sebagai penunjang eksistensi usaha tersebut (Puspitasari, dkk., 2022:493). Peranan manajemen pendidikan yang digunakan oleh perusahaan Day Care ini memiliki gagasan-gagasan yang penting meliputi etika, budaya, keragaman di dalam sistem pendidikan yang terkait, yang efektif dan efisien. Manajemen Pendidikan juga digunakan oleh lembaga pendidikan non-formal untuk mempertahankan eksistensinya selama pandemi covid-19 (Pranoto, Wahida, & Kurniadi, 2021:379). Dapat disimpulkan bahwa strategi untuk mempertahankan eksistensi sebuah band bahkan organisasi dan perusahaan adalah pengelolaan manajemen yang baik.

Penyelesaian setiap masalah yang dialami grup band Shaggydog hingga mampu mempertahankan eksistensinya tentu tidak terlepas dari peran manajemen band Shaggydog. Dengan demikian, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana sistem manajemen band Shaggydog. Penelitian ini juga ingin mengetahui tentang strategi eksistensi grup band Shaggydog. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pembelajaran bagi grup-grup band lainnya dari aspek manajemen strategisnya maupun cara manajemen band menghadapi masalah-masalah yang ada.

2. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif analitik, metode ini merupakan metode penelitian yang penerapannya dengan cara menguraikan sekaligus menganalisis data. Metode deskriptif analitik akan banyak berkaitan dengan kata-kata yang akan didapat dari hasil wawancara, catatan data lapangan, dokumen, hasil rekaman, karya sastra, dan sebagainya yang kemudian dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian untuk menghasilkan kesimpulan (Ratna, 2021:337).

2.1. Teknik Pengumpulan Data

a) Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan pengumpulan data dari bacaan atau hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang biasanya terdapat di perpustakaan (Ratna, 2021:196). Dalam penelitian ini studi pustaka menjadi data sekunder dengan mengacu pada bacaan-bacaan tentang fokus pada penelitian ini yaitu eksistensi, manajemen organisasi, dan grup band Shaggydog.

b) Observasi

Kegiatan observasi merupakan kegiatan yang umum dilakukan pada penelitian, panca indra merupakan sarana yang digunakan dalam observasi yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, perasaan lidah dan perasaan tubuh. observasi dilakukan bertujuan untuk mencatat dan merekam semua data yang ada di lapangan (Ratna, 2021:217-221). Pada penelitian ini observasi dilakukan di: 1) DoggyHouse Record Jl. Nogosari No.1, Patehan, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55132; 2) Simple Plant Vegan Kitchen & Artspace di Jl. Plataran No.49, RT.01/RW.47, Sembungan, Bangunjiwo, Kec. Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55184. Observasi pada penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana kegiatan manajerial yang dilakukan oleh grup band Shaggydog.

c) Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik in-depth interview. Teknik ini merupakan teknik yang cocok dilakukan ketika ingin mendapatkan pernyataan-pernyataan mendalam dari narasumber dan tidak memiliki batasan. Teknik pengumpulan data ini menggunakan metode yang tidak terlalu terstruktur dan memungkinkan narasumber berbicara, mengajukan pertanyaan, hingga menjelaskan jawabannya sehingga data yang diperoleh yang sangat kaya (Ratna, 2021:230-231). Dalam penelitian kualitatif ini tidak ada standar jumlah tertentu dalam menentukan narasumber karena merupakan penelitian yang ditargetkan dan mencakup partisipan yang memiliki relevansi dengan topik penelitian. Maka dari itu, wawancara dilakukan dengan mengumpulkan data dari manajemen dan anggota grup band Shaggydog. Manajemen band dan anggota grup band Shaggydog tersebut antara lain:

- 1) Odyssey Sanco (Bandizt) pemain bass dan Manajer grup band Shaggydog
- 2) Agusta Setiawan (Gusta) Manajer Doggy Shop dan koordinator Doggies Indonesia.
- 3) Ibnu Rianda (Ibnu) koordinator Doggies Yogyakarta.
- d) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengabadikan dan merekam kegiatan yang dilakukan dalam penelitian menggunakan alat berupa kamera maupun smartphone dan alat pendukung lainnya untuk mendapatkan hasil. Dokumentasi seperti foto, video dan rekaman suara saat melakukan observasi, wawancara dan kegiatan yang perlu didokumentasikan dalam melakukan penelitian ini berguna untuk memperkuat data-data yang telah terkumpul sehingga dapat membantu pada saat penulisan penelitian ini. Peralatan dokumentasi yang digunakan dalam pengambilan foto dan rekaman suara menggunakan smartphone.

2.2. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengelolaan data yang diperoleh dalam penelitian dari hasil wawancara, observasi, rekaman serta dokumen-dokumen lain. Kegiatan ini dilakukan untuk menyimpulkan hasil penelitian untuk memperoleh jawaban dalam penelitian. Dalam proses penelitian terdapat tiga kegiatan pokok yang terdiri dari analisis pengumpulan data, analisis data, dan penyajian hasil analisis (Ratna, 2021:409). Teknik analisis data dimulai dengan pengumpulan data dan dilanjutkan dengan penyederhanaan atau reduksi data. Reduksi data dapat dilakukan dengan deskripsi, klasifikasi, atau komparasi. Setelah data direduksi maka proses selanjutnya adalah menyajikan data. Cara penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi yang dilengkapi data-data pendukung.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Profil Grup Band Shaggydog

Shaggydog terbentuk pada Tanggal 1 Juni 1997 di kampung Sayidan, salah satu kampung di pinggir Sungai Code yang berada di Yogyakarta. Shaggydog memadukan beberapa unsur musik seperti ska, reggae, jazz, swing dan rock. Shaggydog dipengaruhi oleh band-band seperti Cherry Poppin Daddies, Hepcat, Bob Marley, dan Long Beach Dub Allstars. Shaggydog menyebut musik yang mereka mainkan sebagai "Doggy Stylee" (Shaggydog, n.d). Band Shaggydog beranggotakan Heru, Richard, Raymond, Bandizt, Lilik dan Yoyo.

3.2. Struktur Manajemen Grup Band Shaggydog

Manajemen Shaggydog dari awal menerapkan sistem manajemen keluarga yaitu manajemen diatur oleh personel grup band Shaggydog. Dengan perkembangan sistem manajemen Shaggydog, Shaggydog mengubah bentuk usahanya menjadi Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT. Putra Bersinar Bersama pada tahun 2017 sehingga manajemen Shaggydog sudah berbadan hukum.

Seluruh personel grup Band Shaggydog adalah Komisaris. Bandizt berperan sebagai direktur utama sedangkan posisi direktur diisi oleh Yoyok. Selanjutnya, posisi General Manager (GM) diisi oleh Heruwa. Dalam hal tersebut, Heruwa membawahi 3 divisi yaitu

Shaggydog (grup band), DoggyHouse Record (records label), dan Doggyshop (merchandise). Masing-masing divisi memiliki manajer masing-masing. Bandizt berperan sebagai manajer Shaggydog, Indra Menus berperan sebagai manajer DoggyHouse Record, dan Agusta berperan sebagai manajer Doggyshop yang juga berperan sebagai koordinator Doggies (fanbase) se-Indonesia.

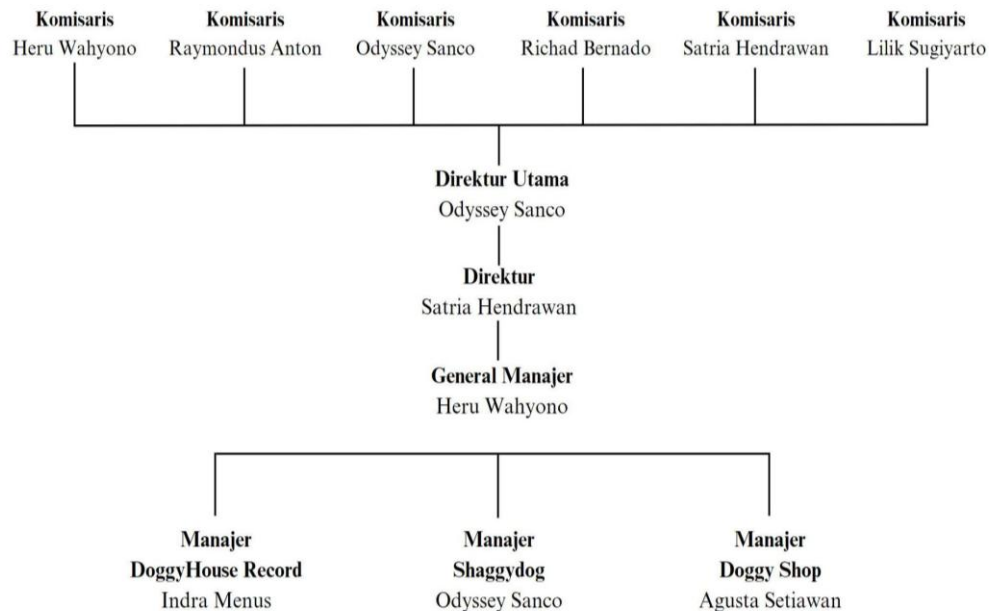


Fig 1. Struktur Manajemen PT. Putra Bersinar Bersama

3.3. Pemindaian Lingkungan (Environmental Scanning) Grup Band Shaggydog

Environmental Scanning merupakan kegiatan monitoring (memantau), mengevaluasi dan mencari informasi dari lingkungan eksternal maupun internal bagi orang-orang penting di dalam perusahaan yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis elemen internal dan eksternal yang akan menentukan masa depan perusahaan. Kegiatan tersebut dapat dilakukan dengan analisis SWOT oleh manajemen Shaggydog. Analisis SWOT terdiri dari Strengths (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunities (Peluang) dan Threats (Ancaman). Analisis grup band Shaggydog diuraikan sebagai berikut:

1. Strengths (Kekuatan)

Grup band Shaggydog menyadari kekuatan-kekuatan yang mereka miliki. Pertama, genre musik yang mereka gunakan adalah genre yang sudah mereka pelajari dengan melakukan riset dengan sungguh-sungguh yaitu genre Ska. Riset tersebut dilakukan melalui berbagai sumber internet. Mereka juga dengan berkorespondensi dengan pihak luar negeri hingga mengetahui roots (akar) dari genre musik tersebut dari berbagai media pembelajaran dan pengetahuan (Pragota, 2021:34-35). Hal tersebut menunjukkan keseriusan sehingga mereka mengetahui betul genre musik yang mereka gunakan. Dengan demikian Shaggydog mengerti bagaimana mereka harus mengemas karya-karya mereka. Otentisitas genre dari karya musik yang dimiliki grup band Shaggydog tersebut mereka beri nama “Doggy Stylee” yang merupakan perpaduan dari berbagai unsur musik seperti ska, reggae, jazz, swing dan rock. Genre musik yang mereka mainkan akhirnya hanya dimiliki oleh grup band Shaggydog berkat kerja kerasnya dalam mempelajari genrenya.

Kedua, kekuatan grup band Shaggydog juga berasal dari hubungan internal antar personel. Dari hasil wawancara diketahui bahwa Shaggydog mengakui bahwa para personel Shaggydog sudah seperti keluarga karena para personel sudah tau bagaimana karakter dari masing-

masing personel. Hal ini membuat Shaggydog saling terbuka dan menjalin hubungan baik antara personel.

Saling memahami antara personel berpengaruh pada grup band Shaggydog saat mereka membuat lagu. Dalam proses pembuatan lagu seluruh personel sepakat untuk bisa saling menerima masukan dari seluruh personel demi menghasilkan karya yang terbaik dan maksimal untuk disuguhkan kepada pendengar. Dengan menerapkan sistem saling mendengar dan menerima kritik dan saran tersebut membuat karya yang dihasilkan menjadi karya otentik milik grup band Shaggydog. Di sisi lain, dengan karya yang maksimal membuat para personel membawakan lagunya dengan rasa bangga saat mereka tampil di atas panggung.

Ketiga, grup band Shaggydog memiliki fans (penggemar) yang solid. Sampai saat ini, fans grup band Shaggydog yang disebut sebagai “Doggies” masih aktif saling berkoordinasi dan memiliki koordinator masing-masing wilayah dan koordinator se-Indonesia.

Koordinasi antara Doggies tersebut menjadikan Doggies mendapatkan informasi lebih awal jadwal manggung grup band Shaggydog. Selain itu, Doggies juga memiliki akses untuk mendapatkan kesempatan bertemu dengan personel-personel Shaggydog saat manggung di daerah-daerah Doggies. Hal tersebut membuat hubungan antara grup band Shaggydog dengan Doggies menjadi lebih intim.

Bentuk koordinasi antara Doggies yaitu melalui Koordinator masing-masing wilayah di Indonesia yang berkoordinasi dengan Agusta sebagai koordinator penggemar Shaggydog dalam lingkup nasional. Para penggemar Shaggydog yang bergabung dalam markas penggemar (Fanbase) akan mendapatkan akses lebih untuk bisa lebih dekat dan bertemu dengan para personel grup band Shaggydog. Fans yang terkoordinasi menjadikan grup band Shaggydog mudah untuk mengatur Doggies untuk mengikuti acara yang mengundang Shaggydog. Hal tersebut memberikan keuntungan bagi promotor atau penyelenggara acara yang mengundang Shaggydog.

Dengan fanbase yang masih aktif maka memperbesar kemungkinan Shaggydog untuk diundang di acara-acara, diakui, dan mempertahankan keberadaannya. Hal tersebut juga ditunjukkan dengan jadwal manggung grup band Shaggydog yang cukup padat. Jadwal manggung grup band Shaggydog juga selalu di informasikan di akun instagram mereka. Pada periode April-Juli tahun 2023 grup band Shaggydog memiliki 9 jadwal pentas. Diantaranya: 1) 30 April 2023 di Yogyakarta; 2) 1 Mei 2023 di Jakarta; 3) 16 Mei 2023 di Yogyakarta; 4) 26 Mei 2023 di Bantul; 5) 23 Juni 2023 di Salatiga; 6) 8 Juli 2023 di Cirebon; 7) 15 Juni 2023 di Yogyakarta; 8) 16 Juni 2023 di Yogyakarta; 9) 28 Juli 2023 di Malang.

2. Weakness (kelemahan)

Setiap organisasi/perusahaan, selain memiliki kekuatan juga memiliki kelemahan yang berbeda-beda. Grup band Shaggydog juga menyadari kelemahan-kelemahan yang mereka miliki. Pertama, kelemahan yang mereka rasakan adalah sulit mengatur waktu karena struktural manajemen dipegang oleh personel yang akhirnya membuat para personel merangkap jabatan. Hal tersebut menjadikan fokus mereka harus terpecah-pecah antara mengatur manajemen dan juga jadwal perform.

Masalah ini dapat dikatakan sebagai kelemahan dari manajemen grup band Shaggydog karena dapat menghambat pekerjaan yang berjalan di grup band Shaggydog maupun DoggyHouse Records dan DoggyShop. Manajemen grup band Shaggydog mencoba mengatasi masalah atau kelemahan tersebut dengan cara menambah karyawan yang berperan sebagai asisten untuk dapat membantu mengelola sub-unit yang dimiliki oleh Shaggydog sehingga meskipun grup band Shaggydog sedang tampil maka kegiatan di manajemen dapat terus berjalan.

Kedua, selain kelemahan dalam mengatur waktu karena para personel juga masuk dalam manajemen, grup band Shaggydog juga memiliki kelemahan lain yaitu cukup malas untuk mengeluarkan album karena jadwal dari grup band Shaggydog menjadi salah satu alasan.

Dari album yang dimiliki grup band Shaggydog memiliki rentang waktu yang cukup lama dalam perilisannya. Namun, meskipun tidak sering merilis album, grup band Shaggydog tetap berusaha mengeluarkan konten baru dari lagu yang sudah ada.

Menyadari hal itu grup band Shaggydog menggunakan cara alternatif untuk mengantisipasi kelemahan dalam merilis album dengan tetap konsisten menerbitkan konten-konten di media sosial dalam usaha untuk menyajikan hal-hal baru dengan mengikuti perkembangan dan memiliki pembaruan. Cara alternatif yang mereka lakukan dengan mengaransemen lagu-lagu yang sudah pernah dirilis. Hal tersebut merupakan salah satu upaya agar grup band Shaggydog tetap bisa diakui keberadaannya dan tetap eksis dalam industri musik. Meskipun demikian, grup band Shaggydog menyadari bahwa merilis album merupakan hal yang penting bagi sebuah grup band untuk terus berkarya dan memberikan persembahan kepada seluruh pendengar dan penggemar.

3. Opportunities (peluang)

Melihat peluang yang ada merupakan hal penting yang perlu dilakukan selain memahami kekuatan dan juga kelebihan. Peluang yang dilihat oleh grup band Shaggydog dapat menghasilkan langkah strategis bagi manajemen grup band Shaggydog. Strategi yang dihasilkan dengan melihat peluang dapat memberikan grup band Shaggydog kesempatan untuk terus mempertahankan eksistensinya di industri musik.

Melihat dari kemampuan dan kekuatan yang mereka miliki, grup band Shaggydog memiliki harapan dapat menambah pendengar-pendengar baru yaitu anak-anak muda. Grup band Shaggydog merasa anak muda merupakan salah satu peluang untuk terus mempertahankan eksistensinya di industri musik. Memiliki pendengar antar generasi memberikan kesempatan grup band Shaggydog untuk terus memiliki regenerasi dari segi pendengar. Dari peluang tersebut, grup band Shaggydog memiliki upaya dengan memasukkan unsur-unsur baru dalam musik mereka. Grup band Shaggydog mencoba mengikuti kondisi pasar musik yang terus berubah mengikuti perkembangan zaman.

Dari peluang yang dilihat dan dengan respon yang dilakukan yaitu dengan berinovasi terhadap musiknya sendiri, grup band Shaggydog berharap tidak ditinggalkan oleh para pendengar setia. Selain mempertahankan pendengar lagu-lagu dari grup band Shaggydog, grup band Shaggydog juga berharap dapat menambah pendengar baru dan mempertahankan eksistensinya.

4. Threats (ancaman)

Selain analisa peluang, untuk merumuskan strategi yang tepat, sebuah organisasi/perusahaan juga harus mampu menganalisis berbagai ancaman yang dapat mengancam keberadaan organisasi/perusahaan. Hal tersebut menjadikan grup band Shaggydog juga perlu memahami ancaman dalam keberadaan atau eksistensi mereka.

Penyajian musik dengan mengikuti perkembangan musik yang terus mengalami pembaharuan merupakan peluang sekaligus sebagai ancaman. Hal tersebut dapat menjadi ancaman ketika grup band Shaggydog tidak mampu melakukan pembaharuan karya yang sesuai tanpa menghilangkan otentisitasnya. Inovasi atau pembaharuan musik tersebut memiliki dua kemungkinan yaitu semakin banyak yang menyukai atau malah kehilangan pendengar. Dengan demikian, upaya grup band Shaggydog untuk menghadapi ancaman tersebut adalah dengan menghasilkan musik yang bagus dan juga mengelola manajemen dan marketing dengan baik.

Marketing menjadi strategi yang penting agar grup band Shaggydog mampu menarik pendengar-pendengar dan juga mampu memasarkan produk yang dijual dari grup band Shaggydog baik karya lagu maupun merchandise grup band Shaggydog. Jika manajemen marketing tidak mampu menarik para pendengar dan pembeli merchandise dari grup band Shaggydog, maka menimbulkan dampak negatif yang akan menimpa yaitu grup band Shaggydog tenggelam dalam persaingan di industri musik yang mengancam eksistensinya. Manajemen marketing untuk penjualan merchandise jika tidak mampu dikelola dengan baik akan berakibat kepada pendapatan PT. Putra Bersinar Bersama. Dengan penghasilan yang

terhambat akhirnya berpengaruh dalam kebutuhan uang yang mendukung usaha grup band Shaggydog untuk bisa mempertahankan eksistensinya. Bagi grup band Shaggydog, faktor penting untuk bertahan bagi sebuah band adalah dengan memiliki uang. Saat keuangan dapat dikomunikasikan dan dicukupi maka akan menghindari konflik.

Manajemen grup band Shaggydog menyadari bahwa dengan marketing dan sub-unit yang dikelola dengan baik maka ancaman dalam keuangan grup band Shaggydog dapat diatasi. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil dari sub-unit DoggyShop dalam penjualan merchandise dapat digunakan untuk menggaji karyawan yang bekerja di PT. Putra Bersinar Bersama tanpa tambahan uang hasil dari pendapatan pentas grup band Shaggydog.

3.4. Perumusan Strategi (*Strategi Formulation*) Grup Band Shaggydog

Dalam usaha mempertahankan dan mengembangkan perusahaan, perusahaan harus memiliki strategi yang diformulasikan khusus untuk perusahaan itu sendiri karena setiap perusahaan memiliki keunggulan dan kegunaannya masing-masing sesuai dengan visi dan misi dari suatu perusahaan. Dalam grup band Shaggydog untuk bisa mempertahankan eksistensinya mereka menggunakan manajemen untuk mengatur segala urusan grup band Shaggydog untuk tetap mampu bertahan dan memiliki strategi khusus untuk mempertahankan eksistensinya.

Sebelum membuat strategi, grup band Shaggydog perlu memahami misi dan tujuan dari grup band Shaggydog itu sendiri. Hasil wawancara menunjukkan bahwa grup band Shaggydog memiliki misi untuk memperluas pendengarnya dan mengembangkan sub-unit yang dimiliki. Dari misi yang dimiliki tersebut, grup band Shaggydog memiliki tujuan untuk terus bertahan.

Setelah mengetahui misi dan tujuan yang dimiliki grup band Shaggydog maka munculah strategi dalam mengembangkan sub-unit yang dimiliki oleh grup Band Shaggydog. Berbagai sub-unit dan beberapa strategi lainnya antara lain sebagai berikut:

1. DoggyHouse Record

DoggyHouse Record merupakan records label (label rekaman) yang berada dalam satu bangunan dengan DoggyHouse (kantor Shaggydog) di Jl. Kadipaten Kidul Jl. Nogosari No.1B, Patehan, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. DoggyHouse Record ini merupakan sub unit yang dimiliki oleh grup band Shaggydog untuk bisa kelola dengan baik dan dapat berkembang. Penghasilan dari sub-unit ini digunakan juga sebagai biaya operasional perusahaan. Di sisi lain, grup band Shaggydog berusaha mengembangkan dan mengelola dengan dengan baik sub-unit DoggyHouse Record karena ingin membantu mempromosikan band-band asal Yogyakarta agar dapat dikenal lebih luas. Untuk mempromosikan band-band tersebut maka dalam website resmi DoggyHouse memiliki ruang yang menerbitkan berita-berita mengenai karya-karya yang bekerja sama dengan DoggyHouse Record. DoggyHouse Record sendiri juga memiliki manajer yang bertugas mengelola sub-unit ini untuk dapat berkembang dan dikelola dengan maksimal.

2. Doggy Shop

Doggy Shop merupakan toko yang dimiliki oleh grup band Shaggydog yang menjual berbagai merchandise mereka. Toko ini juga merupakan sub-unit dari grup band Shaggydog yang berada satu bangunan dengan Doggyhouse di Jl. Kadipaten Kidul Jl. Nogosari No.1B, Patehan, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

DoggyShop memiliki peran penting dalam pendapatan PT. Putra Bersinar Bersama. Pendapatan DoggyShop saja dapat memenuhi kebutuhan operasional bagian gaji karyawan yang bekerja di PT. Putra Bersinar Bersama.

3. Menciptakan karya

Melihat perkembangan industri musik, tren musik juga beriringan berubah mengikuti perkembangannya. Dalam hal ini grup band Shaggydog ingin terus beradaptasi dengan perkembangan dan tren yang terjadi di Industri musik. Hal tersebut juga merupakan upaya untuk menambah pendengar baru dari lagu-lagu grup band Shaggydog.

Dalam misi ini grup band Shaggydog berusaha mempertahankan eksistensinya dengan berinovasi. Mereka berinovasi untuk menambah unsur-unsur baru dalam musik mereka dengan mengikuti tren musik yang sedang banyak didengar oleh pasar (pendengar).

4. Konten

Dalam mempertahankan eksistensinya, grup band Shaggydog menyadari bahwa cukup malas untuk merilis album ini menjadi suatu hal yang kurang baik dan dapat mempengaruhi eksistensi grup band Shaggydog. Bagi Bandizt, grup band seharusnya harus mengeluarkan album. Dengan menyadari hal itu, manajemen grup band Shaggydog menggantinya dengan menampilkan konten-konten yang dibuat oleh manajemen dan diunggah di media sosial. Hal tersebut dilakukan untuk tetap memiliki interaksi dengan penggemar dari pengikut di media sosial dari akun resmi grup band Shaggydog. Strategi tersebut diharapkan supaya keberadaan grup band Shaggydog tetap diakui dan mampu eksis di kalangan para pendengar.

5. Mempertahankan penggemar

Salah satu strategi yang tanpa sadar dilakukan juga adalah mempertahankan penggemar. Doggies atau penggemar grup band Shaggydog saat ini terkoordinasi dengan baik karena memiliki koordinator di setiap kota dan koordinator nasional. Hal tersebut memudahkan grup band Shaggydog mempromosikan karya mereka. Hubungan yang baik dengan Doggies juga menjadikan grup band Shaggydog dapat mempertahankan eksistensinya karena terus disukai oleh penggemarnya.

Strategi mempertahankan pendengar ini merupakan kesadaran seluruh personel grup band Shaggydog. Mereka menyadari bahwa fans tidak boleh dilupakan. Mereka sepakat untuk melayani fans yang minta foto.

Dalam upaya mempertahankan eksistensi dan dapat terus bertahan, manajemen grup band Shaggydog membutuhkan strategi dan pengeluaran modal berupa anggaran uang. Dengan memiliki penggemar yang terkoordinasi dan dijaga keberadaannya juga mempengaruhi dalam penjualan merchandise milik grup band Shaggydog. Hal tersebut membantu manajemen grup band Shaggydog untuk mendapatkan penghasilan guna mendukung visi grup band Shaggydog untuk bertahan dan menjaga eksistensinya.

6. Kerjasama

Grup band Shaggydog memiliki pengalaman bermusik di luar negeri. Hal tersebut membantu grup band Shaggydog untuk memiliki relasi dan kerjasama yang baik dengan agensi luar negeri. Grup band Shaggydog memiliki dua agensi di luar negeri yang bekerjasama dengan mereka yang dapat membantu menjangkau pendengar dengan lebih luas.

Dengan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang mempromosikan grup band Shaggydog juga dapat berdampak sangat positif bagi grup band Shaggydog. Hal tersebut membantu grup band Shaggydog mencapai keinginan untuk tampil didaerah yang baru dan belum memiliki jadwal pentas sebelumnya. Selain itu, hal tersebut juga selaras juga dengan keinginan dari grup band Shaggydog untuk terus mencari dan menambah pendengar-pendengar yang baru. Visi dari grup band Shaggydog untuk bisa mempertahankan eksistensinya di industri musik salah satunya didukung adanya kerjasama-kerjasama tersebut.

3.5. Implementasi Strategi (*Strategy Implementation*) Grup Band Shaggydog

Dengan terbentuknya strategi yang ada dalam manajemen grup band Shaggydog, maka langkah selanjutnya adalah Implementasi Strategi yang merupakan proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Implementasi strategi tersebut menjadi salah satu rangkaian dalam proses mempertahankan eksistensi grup band Shaggydog.

Dalam strategi grup band Shaggydog dijelaskan bahwa PT. Putra Bersinar Bersama yang menaungi Shaggydog memiliki 3 sub-unit yaitu: 1) Shaggydog; 2) DoggyHouse Record; 3) DoggyShop. Strategi yang mereka terapkan yaitu sebagai berikut:

1. DoggyHouse Records

Manajemen grup band Shaggydog membangun “DoggyHouse Record”. Records label sekaligus Studio rekaman milik grup band Shaggydog ini melayani jasa rekaman lagu dan berusaha mengembangkan band-band yang ada di Yogyakarta. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan membuat ruang promosi di media sosial dan website resmi DoggyHouse Record. Dengan begitu manajemen grup band Shaggydog akan mendapatkan penghasilan tambahan yang didapat dari hasil usaha sub-unit ini.

Selanjutnya, manajemen grup band Shaggydog juga memiliki usaha lain yaitu sub-unit yang menjual merchandise dari Shaggydog yaitu “Doggy Shop”. DoggyShop memiliki manajer toko untuk membantu mengatur penjualan produk merchandise grup band Shaggydog. Dengan tanpa sengaja, manajer DoggyShop menerapkan salah satu program yang membangun relasi dengan pelanggan DoggyShop. Program tersebut adalah memberikan informasi kepada pembeli di DoggyShop tentang informasi jadwal perform Shaggydog.

Selain itu, salah satu program DoggyShop adalah menghasilkan merchandise-merchandise baru yang dapat dijual. Dalam hal ini Heruwa juga berperan aktif dalam evaluasi desain yang akan dicetak.

2. Shaggydog

Manajemen Shaggydog sendiri menjalankan program dari strateginya dengan membuat inovasi dalam karya. Hal tersebut dilakukan karena grup band Shaggydog melihat perkembangan musik yang memiliki tren yang berubah-ubah setiap saat. Inovasi tersebut dilakukan sebagai upaya untuk tetap didengarkan oleh pendengar mengingat sudah cukup lama mereka tidak merilis album. Inovasi tersebut dilakukan dengan mengaransemen lagu yang sudah ada. Sebagai contoh, mereka melakukan inovasi aransemen dari lagu “Di Sayidan” menjadi versi Keroncong dan berkolaborasi dengan musisi lain.

Selain itu, Shaggydog juga membuat inovasi yang dapat memfasilitasi mereka berinteraksi dengan penggemar. Hal tersebut dilakukan dengan membuat konten-konten di media sosial. Konten-konten tersebut dapat dirangkum sebagai berikut:

Dengan adanya penyaluran promosi ke dalam media sosial inovasi-inovasi yang mereka buat akan menjadi konten yang dapat didengarkan dan dilihat lewat media sosial tersebut. Tidak hanya konten karya yang mereka unggah ke media sosial tetapi juga kegiatan dan rutinitas yang dilakukan oleh grup band Shaggydog seperti: 1) Doggynesia; 2) TheDoggyStory; 3) Behind The Scene dan yang lainnya bisa dilihat pada platform YouTube dan Instagram Shaggydog. Upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk menjaga pendengar setia lagu-lagu dari grup band Shaggydog juga dilakukan dengan cara memberi perhatian lebih kepada para penggemar, grup band Shaggydog memiliki koordinator penggemar se-Indonesia. Dengan begitu grup band Shaggydog mempunyai pasar yang memudahkan grup band Shaggydog dengan adanya penggemar yang terkoordinasi untuk membantu menyebarkan dan mempromosikan karya-karya dari Shaggydog, dan hal tersebut menjadi faktor pendukung yang jelas membantu Shaggydog untuk mempertahankan eksistensinya. Untuk mempertahankan para penggemar grup band Shaggydog, para personel grup band Shaggydog yang mana mereka juga merupakan tim manajemen akan memberikan perlakuan yang baik kepada para penggemar dan berharap untuk bisa membaur dan lebih dekat dengan para penggemar. Usaha yang dilakukan oleh grup band Shaggydog kepada para penggemar antara lain sebagai berikut:

a) Doggies Camp

Membuat acara di suatu tempat yang sudah ditentukan oleh grup band Shaggydog yang bernama “Doggies Camp” acara ini bertujuan untuk mendekatkan para penggemar dan menjaga keberadaan para penggemar grup band Shaggydog. Bentuk acara yang dilakukan adalah berkumpul bersama, terdapat sesi bincang-bincang, sesi Shaggydog menampilkan dan menyajikan karya dengan lebih dekat kepada para penggemar kemudian ada sesi untuk para penggemar yang ingin tampil di acara tersebut.

Doggies camp menjadi program dari Shaggydog untuk bisa lebih dekat dengan para penggemar. Program ini sudah terlaksana sebanyak 2 kali pertama pada 2008 dan yang terakhir diselenggarakan pada tahun 2011 dan direncanakan akan diadakan lagi di tahun ini tahun 2023.

a) Doggies Berbagi

Program lain yang juga dilakukan bersama para penggemar Shaggydog atau Doggies adalah Doggies berbagi. Kegiatan ini merupakan kegiatan amal yang dilakukan saat bulan puasa dengan berbagi takjil. Namun, program berbagi tidak terbatas pada saat bulan puasa saja tetapi juga saat ada bencana.

3.6. Evaluasi dan Kontrol (*Evaluation and Control*) Grup Band Shaggydog

Manajemen strategis yang dilakukan oleh grup band Shaggydog merupakan hasil dari pengalaman buruk yang pernah terjadi sebelumnya, sebagai contoh salah satu pengalaman buruk itu yaitu masalah rasa malas saat perilisan album dan sulitnya mengatur waktu karena para personel masuk dalam struktur manajemen grup band Shaggydog, pengalaman tersebut yang akhirnya melahirkan strategi yang diharapkan mampu mengatasi masalah dari pengalaman buruk yang sudah terjadi dan menjadi lebih baik kedepannya. Strategi tersebut diformulasikan oleh manajemen band Shaggydog dan menghasilkan beberapa cara yang sudah peneliti jelaskan di perumusan strategi. Strategi tersebut dirumuskan sebagai upaya mempertahankan eksistensi grup band Shaggydog.

Dalam strategi dan program yang dijalankan oleh grup band Shaggydog perlu adanya evaluasi dan kontrol. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang mengukur apa yang dapat dihasilkan oleh perusahaan. Membandingkan kinerja atau hasil akhir suatu aktivitas dan hasil yang diraih. Selain itu harus mempertimbangkan jenis pengendalian. Pengendalian dibangun dengan fokus pada kinerja aktual, pada aktivitas yang menghasilkan kinerja atau pada sumberdaya yang digunakan dalam menghasilkan kinerja.

Musyawarah dan mufakat adalah cara yang dilakukan oleh manajemen Shaggydog dalam membuat keputusan yang dimana dalam musyawarah keputusan diambil ketika 4 suara sudah setuju dari 6 personel Shaggydog, seperti saat membuat desain untuk merchandise yang dijual oleh grup band Shaggydog. Semua hasil keputusan diambil dari pertimbangan ke-6 personel dengan melewati proses diskusi kemudian dimusyawarahkan dan menghasilkan mufakat keputusan bersama.

4. Kesimpulan

Manajemen Shaggydog dari awal menerapkan sistem manajemen keluarga yaitu manajemen diatur oleh personel grup band Shaggydog. Dengan perkembangan sistem manajemen Shaggydog, Shaggydog mengubah bentuk usahanya menjadi Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT. Putra Bersinar Bersama sehingga manajemen Shaggydog sudah berbadan hukum.

Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa grup band Shaggydog Shaggydog berhasil mengimplementasikan 4 elemen dasar tersebut sebagai eksistensinya dengan membuat 3 sub unit usaha diantaranya: 1) DoggyHouse Record; 2) DoggyShop; 3) Band Shaggydog itu sendiri. Penelitian ini memberikan beberapa saran antara lain:

a) Shaggydog sudah melakukan strategi dan program yang dimiliki. Selanjutnya diharapkan Shaggydog terus membuat program yang bervariasi dengan terus mengikuti perkembangan zaman agar eksistensi terus terjaga.

b) Dilihat dari kelemahan yang dimiliki, diharapkan Shaggydog memperbaikinya kelemahan tersebut dengan sadar dan diketahui oleh Shaggydog, sehingga dapat mengubah kelemahan tersebut menjadi kekuatan bagi grup band Shaggydog.

c) Peninjauan manajemen strategi dapat dilakukan pada grup band lain yang juga memiliki eksistensi hingga saat ini sehingga dapat memberikan band-band pendatang baru pandangan terkait manajemen strategi.

d) Penelitian mendalam terkait sub-unit yang dimiliki PT. Putra Bersinar Bersama juga perlu dilakukan untuk menemukan temuan-temuan yang dapat bermanfaat. Dalam ilmu seni musik khususnya dapat meneliti secara mendalam terkait DoggyHouse Records.

e) Penelitian mendalam terkait eksistensi grup band Shaggydog dalam sudut pandang musik perlu dilakukan untuk mengetahui bagaimana grup band Shaggydog mempertahankan eksistensinya dari aspek musik.

Referensi

- Bame, H. (2021, October 27). Menganang Primitive Band di Yogyakarta. Retrieved from <https://inakoran.com/menganang-primitive-band-di-yogyakarta/p37135>
- Berita Hari Ini. (2023, June 14). Arti Skena dalam Bahasa Gaul yang Berkaitan dengan Musik dan Fashion. Kumparan; kumparan. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/arti-skena-dalam-bahasa-gaul-yang-berkaitan-dengan-musik-dan-fashion-20bEVnIDVg2/full>
- Kartika, N. M. (2019). Proses Belajar Otodidak untuk Meningkatkan Kreativitas Pemain Keyboard Band Komunitas Band di Bandung. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Kristiawan, Y. (2014, March 2). Super Mario Gelar Konser Perpisahan “Beredar Berkibar Bubar”. Retrieved from <https://jogja.tribunnews.com/2014/03/02/super-mario-gelar-konser-perpisahan-beredar-berkibar-bubar>
- Pragota, Ardhana. (2021). Shaggydog: Angkat Sekali Lagi Gelasmu Kawan. Yogyakarta: DoggyHouse Publisher.
- Pranoto, S. A., Wahida, A., & Kurniadi, E. (2021, April). Peranan Manajemen Pengelolaan Pendidikan NonFormal untuk Mempertahankan Eksistensi pada Masa Pandemi Covid-19. In SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi) (Vol. 4, pp. 374-379).
- Puspitasari, W., Christiana, M., Kartika, S. E., Fitriani, L. N., & Bulqis, T. (2022). Peran Manajemen dalam Eksistensi Usaha Day Care Rumah Brilliant Jati di Kota Semarang. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 8(4), 485-497.
- Ratna, N. K., (2021) Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Saraswati, D. P. (2019, February 13). Setelah 10 tahun Pongki Buka Alasan Keluar dari Jikustik. Retrieved from <https://hot.detik.com/music/d-4425613/setelah-10-tahun-pongki-buka-alasan-keluar-dari-jikustik>
- Shaggydog. (2022, November 26). Rangkaian #Doggynesia2022 Oktober [Instagram post]. Retrieved from <https://www.instagram.com/p/ClaYOoSPNB8/?igshid=OGQ2MjdiOTE=>
- Shaggydog. (n.d). Tentang Kami. Retrieved from <http://shaggydogjogja.com/web/>
- Synchronize Radio. (2022, August 28). SKJ Edisi Khusus 25 Tahun Shaggydog “Be25ulang” (2/4). Retrieved from <https://youtu.be/epAYcdgQCSs>
- Widiasanty, G. (2010). Strategi Manajemen Komunikasi Mempertahankan Reputasi. *Inter Komunika*, 3(1), 73-79.