

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan data serta analisis yang dilakukan oleh peneliti terkait bagaimana komunikasi interpersonal berdasarkan teori penetrasi sosial antara Bemandry dengan *followers*-nya dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Komunikasi interpersonal tidak hanya dapat terjadi secara tatap muka. Seiring perkembangan teknologi, media baru memberikan wadah penggunanya untuk menjalin komunikasi antar pribadi, termasuk pada Bemandry sebagai musisi yang memanfaatkan media sosial untuk mendekatkan diri dengan pendengarnya melalui komunikasi interpersonal
2. Komunikasi interpersonal yang terjadi antara Bemandry dengan penggemarnya dapat berupa komunikasi satu arah dan juga komunikasi dua arah, komunikasi satu arah terjadi ketika Bemandry membagikan konten yang berupa informasi, yang kemudian diterima oleh *followers*, sedangkan komunikasi dua arah terjadi ketika ada percakapan atau komunikasi yang berlanjut antara Bemandry dengan *followers*-nya.
3. Instagram mampu mengolah informasi yang disediakan untuk menawarkan pengalaman web yang dirancang khusus untuk pengguna, dalam konteks penelitian ini adalah Bemandry dan *followers*. Bemandry memanfaatkan media sosial Instagram untuk menjelaskan identitasnya dengan menggunakan fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram. Hal ini dapat dijadikan sebagai sebuah kesimpulan bahwa Instagram merupakan media sosial yang bisa dijadikan sebagai wadah seseorang untuk membangun karir.

4. Instagram sebagai media sosial dapat membuat penggunanya saling mengerti identitasnya satu sama lain untuk memudahkan berkomunikasi. Penggemar Bemandry sebagai pengguna Instagram juga dapat menulis, mencantumkan, dan mengunggah semua informasi serta konten yang membentuk identitas masing-masing individu sehingga antar pengguna dapat saling mengetahui informasi satu sama lain.
5. Komunikasi interpersonal dapat membangun rasa kebersamaan dan rasa saling terhubung satu sama lain. Bemandry kerap kali mencari bahan konten yang dapat memantik komunikasi sehingga *followers*-nya dapat merasakan adanya keterlibatan peran mereka sebagai penggemar dalam karir Bemandry, dalam mendukung Bemandry berkarya, maupun sebagai teman untuk dapat dipercaya saat bercerita mengenai pengalaman pribadinya. Selain itu, *followers* dapat melihat dan membaca apa yang *followers* lain tulis di kolom komentar unggahan Bemandry karena sifatnya yang umum sehingga dapat diakses siapapun pengguna Instagram.
6. Bemandry memiliki kedekatan dengan sebagian besar *followers* yang merupakan penggemarnya melalui pendekatan yang intim. Hal ini dikarenakan Bemandry memanfaatkan Instagram bukan hanya untuk mengunggah konten, namun untuk berkomunikasi pada penggemar hingga tahap kedekatan tertentu yang berbeda-beda sesuai dengan kedekatan Bemandry dengan para penggemarnya. Pendekatannya dilakukan agar Bemandry dapat mengetahui karakteristik penggemar sehingga karya yang diciptakan dapat sesuai dengan selera pendengar atau penggemarnya
7. Komunikasi dengan *followers* di media sosial khususnya Instagram berguna bagi Bemandry untuk lebih mendekatkan diri dengan penggemar, terutama saat pandemi Covid-19 yang membuat Bemandry tidak bisa berkomunikasi secara

langsung dengan penggemarnya. Selain itu, komunikasi dengan *followers* dapat menjadi inspirasi Bemandry untuk membuat karya yang dapat menyentuh atau sampai pesannya ke penggemar-penggemarnya.

B. SARAN

Berdasarkan penulisan penelitian ini, peneliti memiliki saran untuk beberapa pihak, di antaranya:

1. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian lanjutan yang membahas komunikasi interpersonal dan mengenai penetrasi sosial, dikarenakan penelitian dilakukan untuk menemukan komunikasi musisi *indie* dengan penggemar dalam media sosial dan bertepatan dengan pandemi Covid-19, penelitian mengarah ke komunikasi interpersonal yang terjadi dalam media sosial. Untuk penelitian lanjutan, mungkin menarik jika membahas komunikasi interpersonal dan penetrasi sosial yang terjadi antara figur publik dengan penggemarnya secara langsung di luar media sosial.
2. Karena masih banyak media sosial lain selain Instagram, Bemandry juga dapat memanfaatkan media sosial lainnya untuk lebih membangun interaktivitas dengan *followers* atau penggemar. Misalnya menggunakan media sosial Twitter yang tidak berfokus pada visual, namun justru pada kata-kata atau *tweet*. Oleh karena itu, para penggemar mampu menikmati karya-karya tulisan buatan Bemandry.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, I. (2018, Juli 7). *Soloist Bemandry Lempar Single 'Relakanmu Untuknya'*. Diakses melalui <https://www.krjogja.com/berita-lokal/diy/yogyakarta/soloist-bemandry-lempar-single-relakanmu-untuknya/> pada 16 Maret 2021.
- Aguiar, L. & Mertens, B. (2016). Digital Music Consumption on the Internet: Evidence from Clickstream Data. *Information Economics and Policy*. 34, 27-45. Spain: Institute for Prospective Technological Studies. Diperoleh melalui <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167624516000068> pada 23 Juni 2020.
- Alpito, A. S. (2016, Maret 31). *Tantangan yang Dihadapi Musisi Masa Kini*. Diakses melalui <https://www.medcom.id/hiburan/musik/VNx6ey8k-dua-tantangan-yang-dihadapi-musisi-masa-kini> pada 8 April 2020.
- Amalia, N. F. (2018, Januari 6). *Bemandry Melodikan Kisah Saka dan Lara*. Diakses melalui <https://jogja.tribunnews.com/2018/01/06/bemandry-melodikan-kisah-saka-dan-lara> pada 16 Maret 2021.
- Anggraini, E. (2017, Mei 10). *Spotify: Orang Indonesia Dengarkan Musik 3 Jam Sehari*. Diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170510150652-185-213843/spotify-orang-indonesia-dengarkan-musik-3-jam-sehari> pada 8 April 2020.
- Arifin, A. (1994). *Strategi Komunikasi: Sebuah pengantar ringkas*. Bandung: Armico.
- Al'Aththar, M. A. (2012). *Pentingnya Komunikasi dalam Kehidupan Manusia (I)*. Jakarta: Zaman
- Banoe, P. (2003). *Kamus Musik*. Yogyakarta: Kanisius.

Baym, N. K. (2012). Fans or friends?: Seeing social media audiences as musicians do. *Participations: Journal of Audience and Reception Studies*. 9 (2). New England: Microsoft Research.

Bungin, B. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga.

Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.

Butz, N. & Schultz, P. (2017). Technological and Consumer Shift in the Music Industry. *Journal of Case Studies*. 35 (1). North America: Society for Case Research.

Cakranegara, P. A., & Susilowati, E. (2017). Analisis Strategi Implementasi Media Sosial (Studi Kasus UKM "XYZ"). *Firm Journal Of Management Studies*, 2 (2).

Cangara, Hafied (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Cohen, J. (2014). "Mediated Relationship and Social Life: Current Research on Fandom, Parasocial Relationships, and Identification." In Oliver, M.B. & Raney, A.A. (2014). *Media and Social Life* (1st Edition). New York: Routledge.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations* (9 ed.). (T. Wibowo, Trans) Jakarta: Prenada Media Group.

Daniarto, R. (2019). *Digitalisasi Musik, Fenomena Tak Terhindarkan*. Diakses melalui <https://surabayainside.com/digitalisasi-musik-fenomena-tak-terhindarkan/> pada 17 April 2020.

Effendi, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi:Teori dan Prakteknya*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Griffin, E. A., Ledbetter, A., & Sparks, G. G. (2015). *A First Look at Communication Theory* (9th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Hartmann, T. (2008). *Mediated Interpersonal Communication*. Amsterdam: Lawrence Erlbaum Associates.

Haryanto, A. (2016, Juni 25). *Ketika Indie Lebih Menjanjikan*. Diakses melalui <https://tirto.id/ketika-indie-lebih-menjanjikan-bn5M> pada 17 Juli 2020.

Humaira, H. (2018). *Komunikasi Interpersonal dan Kepuasan Pernikahan pada Pasangan Baru Menikah*. Skripsi

Kennedy, G. (2015). *Social Media: Master Social Media Marketing*. California: CreateSpace Independent Publishing Platform.

Kietzmann, J. H. (2011). *Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Block of Social Media*. Business Horizon.

Kotler, P., & Keller, K. (2015). *Marketing Management*. Pearson.

Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media.

Kulvisaechana, S. (2001). *The Role of Communication Strategies in Change Management Process: A Case Study of Consignia Brand and Bussiness Status Introduction*. University of Cambridge.

Littlejohn, S., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. California: SAGE.

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta, Salemba Humanika.

Moleong, Lexy. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Indonesia : PT. Remaja Rosdakarya.

Nabi, R.L., & Oliver, M.B. (2009). *The SAGE Handbook of Media Processes and Effects*. California: SAGE Publications.

Nurul, A. (2018, Januari 6). *Bemandry Melodikan Kisah Saka dan Lara*. Diakses melalui <https://jogja.tribunnews.com/2018/01/06/bemandry-melodikan-kisah-saka-dan-lara> pada 10 Juni 2020.

Pawito. (2008). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT. LKIS Pelangi Aksara.

Prasetyo, D. (2020, Januari 27). *Ternyata Ini Makna Indie Yang Sesungguhnya. Sering Disalahartikan Sebagai Genre Musik dan Gaya Berpakaian*. Diakses melalui <https://www.hipwee.com/narasi/jangan-mengaku-anak-indie-sebelum-kamu-baca-artikel-ini-yuk-simak/> pada 8 April 2020.

Putranto, W. (2009). *Rolling Stone Music Biz : Manual Cerdas Menguasai Bisnis Musik*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka

REDAKSI KUMPARAN. (2018, November 18). *Riset: Beda Media Sosial, beda Karakter Penggunaanya*. Diakses melalui <https://kumparan.com/millennial/riset-beda-media-sosial-beda-karakter-penggunaanya-1542093888201539387> pada 9 April 2020.

Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kauntitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sigit, A. (2019, Januari 15). *Kalimat Terbaik, Cara Bemandry Hibur Mereka Yang Ditinggalkan*. Diakses melalui <https://www.krjogja.com/hiburan/musik/kalimat-terbaik-cara-bemandry-hibur-mereka-yang-ditinggalkan/> pada 10 Juni 2020.

Simangunsong, B. A. (2016). *Jurnal ASPIKOM*. Komunikasi Antarmanusia Melalui Media Sosial Facebook Mengenai Topik Keagamaan. 3 (1). Universitas Pelita Harapan.

Soyomukti, Nurani. (2010). *Pengantar Sosiologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media

Sudjatmiko, T. (2020, Januari 20). *Bemandry Kenalkan Single 'Membiarkanmu'*. Diakses melalui <https://www.krjogja.com/hiburan/musik/bemandry-kenalkan-single-membiarkanmu/> pada 10 Juni 2020.

- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Taylor E. Shelley, dkk. (2009). *Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Kencana.
- Teristi, Ardi. (2018, September 18). *Bermusik kian Mudah di Era Digital*. Diakses melalui <https://mediaindonesia.com/read/detail/183472-bermusik-kian-mudah-di-era-digital> pada 8 April 2020.
- Thurlow, C. Laura L., & Alice T. (2004). *Computer Mediated Communication : Social Interaction and The Internet*. California: SAGE Publications.
- Utari, A. D. (2018, Maret 9). *Sejarah Perkembangan Musik di Indonesia*. Diakses melalui <https://akurat.co/id-173375-read-sejarah-perkembangan-musik-di-indonesia> pada 9 April 2020.
- Waluyo, A. P. (2018, April 4). *Komunikasi dengan Penggemar Jadi Kunci Kesuksesan Karya Anji Eks Vokalis Band Drive*. Diakses melalui <https://wartakota.tribunnews.com/2018/04/04/komunikasi-dengan-penggemar-jadi-kunci-kesuksesan-karya-anji-eks-vokalis-band-drive> pada 8 April 2020.
- Watono, M. C., & Watono, A. A. (2011). *IMC that Sells* (1st ed.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- West, R. & Turner, L. H. (2011). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yulianita, N., & Leksono, N. (2011). *Corporate and Marketing Communication*. Bandung: Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi.
- Zebua, F. (2018, Maret 3). *Laporan DailySocial : Survei Layanan Streaming Musik 2018, Joox dan Spotify Adalah Layanan Terpopuler Saat Ini*. Diakses melalui <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survei-layanan-streaming-musik-2018> pada 8 April 2020.



LAMPIRAN

TRANSKRIP WAWANCARA

1. NARASUMBER 1



Nama: Halimah

Asal: Solo

Umur: 22 tahun

P:	Aku lihat mbak follow @Bemandry. Siapa sih Bemandry dari kacamata mbak?
N:	Dari kacamata saya secara umum dia musisi di jogja yang baru merintis
P:	Sejak kapan sih tau sosok Bemandry ini?
N:	Sejak 2018 sih
P:	Oh 2018. Kalau boleh tau kira-kira bulan apa mbak?
N:	Kira-kira pas Bulan September pas ada acara <i>meet and greet</i> Gentani Suara dan Syahid Muhammad
P:	Oke, kalau yang Mbak Imah lihat medsos apa yang digunakan Bemandry?
N:	Instagram, Twitter, di Whatsapp juga ada grupnya
P:	Oh berarti Mbak Imah masuk di grup Whatsappnya juga ya?
N:	Dulu sih, sekarang udah engga karena udah ganti nomer
P:	Terus gimana sih kesan secara umum Mbak Imah terhadap sosok Bemandry?
N:	Sosoknya tu ramah sih, mungkin orang lain lihat musisi baru sih biasa aja kalau ramah, kadang kan orang mikir begitu. Tapi menurutku dia ramah bukan gara-gara kita fans atau apa tapi aslinya memang ramah
P:	Dari yang Mbak Imah tau, informasi seputar apa aja sih yang diupload sama Mas Bem di media sosial khususnya Instagram?
N:	Biasanya sih kalau dia mau rilis lagu baru, atau mau cari ide apa gitu kadang <i>sharing pendapat followers</i>

P:	Berarti cukup aktif ya komunikasinya?
N:	Iya benar
P:	Kalau yang Mbak Imah lihat Mas Bem seberapa sering menjalin komunikasi dengan penggemarnya di media sosial Instagram dari komentar mungkin?
N:	Termasuk aktif banget sih soalnya kan yang megang media sosialnya dia sendiri
P:	Seberapa dalam info yang Mbak Imah tau tentang Mas Bem?
N:	Ya informasi umum aja sih.
P:	Oh, kalau yang aku lihat kan Mas Bem juga baru nikah. Mungkin mentok sampai situ aja ya?
N:	Iya benar.
P:	Kalau Mbak Imah seberapa sering merespon unggahannya Mas Bem di Instagram, baik di komentar, <i>story</i> , atau sesi tanya jawab?
N:	Sebenarnya nggak terlalu aktif sih, Cuma kalau menurut saya perlu untuk dikomen misal perihal dia merilis lagu baru, <i>at least</i> kita ucapin <i>congratulation</i> .. tapi kalau untuk komen <i>story</i> dia menonaktifkan jadi nggak bisa. Tapi kalau misal aku merasa “wah gue perlu nih kasi komen”, biasanya langsung ke DM
P:	Oke., kalau dari informasi yang diunggah Mas Bem di Instagram, Mbak Imah pernah ngerasain nggak ada unggahan yang kena ke Mbak Imah misal kaya “wah ini unggahannya ngena banget nih” karena yang diunggah konten <i>quotess-quotess</i> gitu..
N:	Oh iya sebenarnya Mas Bem itu jarang untuk nulis <i>quotes</i> yang dijadikan <i>feeds</i> gitu, soalnya kayanya waktu itu dia <i>upload</i> something gitu terus <i>caption</i> -nya aja yang ada, tapi saya sebenarnya juga ga terlalu lihat juga sih
P:	Oke oke.. kalau boleh tau sekarang berarti kalau dari Mbak Imah ngerasa hubungannya Mbak Imah dengan Bemandry ini apakah sudah mulai berkembang atau sudah bisa dikatakan teman lagi, atau hanya kenalan mungkin, atau masih penggemar?
N:	Lebih ke kenalan sih. Kan bem ini friendly, misal kalau kita ke Jogja juga kita bakal ketemu gitu mas. Jadi untuk saya yang jarang ke jogja dan nggak terlalu suka jogja nggak pernah ketemu jadi chat biasa aja

P:	Lalu dari informasi informasinya yang diunggah Mas Bem di indtagram, Mbak Imah jadi banyak tau nggak ragam informasinya seputar Mas Bem, contoh “oh ternyata Mas Bem lagi di jogja, <i>uploadnya</i> di jogja, lagi di solo, <i>uploadnya</i> di solo, lagi di tempat ngopi misalnya, itu jadi banyak tau atau Cuma sekedar tau aja?
N:	Iya kan biasanya lihat <i>story</i> Instagramnya, oh Mas Bem di solo, terus ya comment lah. Untuk mengetahui keberadaannya sih gampang soalnya kalau dia lagi di mana biasanya <i>upload story</i>
P:	Oh baik, berarti informasi yang Mbak Imah tau dari Instagramnya Mas Bem ini paling seputar keberadaan atau karya-karya ya.
N:	Iya yang umum mas
P:	Kalau dari postingannya Mas Bem di Instagram kira-kira bisa membuat Mbak Imah merasa lebih kenal lagi nggak sama Mas Bem?
N:	Akhir-akhir ini jarang berkomunikasi sih mas. Jarang liatin unggahan dia
P:	Oh, kalau dari <i>upload</i> -annya kira-kira bisa jadi bikin lebih tau Mas Bem nggak kalau menurut Mbak Imah?
N:	Nggak sih mas, paling yang umum aja
P:	Baik.. Kalau tadi berarti sikapnya terhadap hubungannya terhadap Mbak Imah dan teman lainnya kan berarti friendly ya mbak, kalau menurut sepenglihatannya Mbak Imah, pernah nggak Mas Bem <i>upload</i> informasi yang sifatnya personal?
N:	Ya.. nggak pernah sih kayanya
P:	Ooh berarti paling Cuma <i>quotes</i> dan hal umum lainnya ya.. kalau tadi Mbak Imah bilang sering komen di DM, sering komen di <i>feeds</i> juga nggak sih?
N:	Di <i>feedsnya</i> Cuma seperlunya. Pernah, tapi nggak sering
P:	Oke, berarti bisa dikatakan nggak sering ya saling bertukar informasi dengan Mas Bem?
N:	Iya mas
P:	Kalau dari kontennya Mas Bem ada nggak tanda-tanda emosionalnya, contoh Mas Bem lagi galau, lagi senang, kalau dari Mbak Imah?
N:	Kalau dari yang ku lihat sih sebenarnya akhir-akhir ini sih saya sering mikir “apa lagi ada masalah?” saya agak aneh aja akhir-akhir ini lihat postingannya

P:	Oh berarti akhir-akhir ini mulai keliatan ya <i>moodnya</i> lagi kenapa, jadi bisa saya bilang berarti muncul pertanyaan “ada apa nih Mas Bem”. Kalau boleh tau Mbak Imah pernah tanya kabar Mas Bem karena penasaran?
N:	Engga sih mas, nggak ingin tau sama urusan orang lain
P:	Baik.. pernah nggak sih dibales komentar atau dm dm nya sama Mas Bem?
N:	Selalu dibalas..
P:	Boleh tau nggak gimana cara Mas Bem ngungkapin opini atau kritik ke Mbak Imah? Apa yang Mbak Imah bisa tangkep selain sifat <i>friendly</i>
N:	Kalau ngasi nasehat sih bijak.
P:	Oh kaya punya kakak ya mbak
N:	Iya mas
P:	Pernah atau sering curhat?
N:	Dulu pernah, ya kaya teman aja gitu
P:	Nah, setelah mengenal Mas Bem ini menurut mbak gimana sih kelanjutan hubungan Mbak Imah dengan Mas Bem? Apakah kira-kira bisa jadi kenalan yang lebih akrab, atau stop sampai sini aja?
N:	Kalau Mas Bem kan sosialisasinya luas dan banyak fans dia, kalaupun saya mau jadi lebih dekat sih bisa, tapi saya mau biasa-biasa aja nggak usah terlalu dekat
P:	Oh iya, jadi ada batasannya ya.. Kalau boleh tau, kan mbak udah left dari grup fansnya, kenapa nggak gabung lagi mbak?
N:	Males aja mas whatsapp jadi ramai
P:	Oh jadi nggak ada perasaan “ah males sama Mas Bem”, jadi lebih ke males Whatsapp rame ya mbak. Berarti hubungannya dengan Mas Bem aman-aman aja ya mbak
N:	Iya mas
P:	Baik, kurang lebih segitu aja pertanyaanku mbak, jadi aku ada skripsi tentang musisi indie dan ambil Mas Bem sebagai yang aku teliti. Terima kasih ya mbak

2. NARASUMBER 2



Nama: Raema Yoratian.

Pekerjaan: Tim media sosial Bemandry.

Umur: 28 tahun.

P:	Apa yang dilakukan Bemandry untuk menimbulkan komunikasi pada Instagram?
N:	Kalo aku dari timnya yang kuamati dari Bemandry itu lewat <i>story</i> Instagram dia pasang fitur polling di Instagram, ada fitur ask me question juga, lalu biasanya postingan lucu, joking, kaya gitu.. sekarang dia juga aktif konten tiktok dimasukkan ke Instagram, biasanya dia memancing komunikasi lewat situ, gitu
P:	Oke, terus informasi apa aja sih yang diupload Bemandry untuk menjaring komunikasi dari followers?
N:	Mostly informasi yang diunggah Bemandry di media sosial Instagram itu seputar personal brandingnya termasuk gaya rambutnya sekarang, cocok nggak sama dia, terus dia lagi di mana sekarang, lagi ngapain, sama siapa, terus dia sibuk apa sekarang, apakah lagi bikin lagu, sama siapa, di mana.. tapi yang aku tau dia nggak <i>share</i> tentang informasi private seputer keluarga di Instagramnya. Dia hanya mengunggah seputar kegiatannya dia, dia pakai baju apa, diendorse sama siapa, lagi main ke mana, sama siapa, biasanya sama musisi lain, lalu bagaimana pertemanannya, gitu sih.. seputar kegiatan sehari-hari, jadi hal-hal yang ringan yang dia selalu sharing, kebanyakan jokes dan selera jokesnya dia seperti apa

P:	Lalu bagaimana Bemandry membuka diri dalam rangka meningkatkan keintiman dalam komunikasi yang sudah dijalin?
N:	Kalau pembukaan diri itu biasanya dimulai dengan dia balas komentar atau private message yang masuk ke dia. Awalnya biasanya basa-basi, biasanya komentar “wah keren Mas Bem”, atau “keren bang”, biasanya dia balas. Dia akan membuka diri jika dia sudah tau secara personal orang ini, bisa dari media sosial atau dia pernah ketemu langsung. Kalau yang dari Instagram dia membuka dirinya dia biasanya mulai menerima curhatan dari penggemarnya atau siapapun yang bales dmnya, dia bales, dia kasi saran sesuai dengan bahasa dan cara tuturnya dia. Dia membuka diri nggak terlalu dalam, dia hanya bisa membuka diri secara dalam kalau udah kenal banget sama orang, misalnya ketemu sama fans dan fans ini sering balas. Semakin sering fans ini balas, semakin akrab, semakin klop. Kalau jokesnya nyambung dia baru membuka diri soal informasi pribadi, misal kalau pas normal tidak saat pandemin mungkin malah diajak ketemuan, nongkrong bareng sama fans, begitu. Kemarin sempat ada ide untuk mungkin kita bisa bikin lagu dari curhatan mereka, waktu awal-awal pandemi kemarin sih.
P:	Kan Mas Bem pernah bilang kalau dia pernah punya grup whatsapp sama fans, itu perlu kirta bahas juga ya mas sebagai bentuk kedekatannya
N:	Iya di grup whatsapp ini memang fungsinya menjalin kedekatan, jadi fans yang disebut dengan teman Bem ini biar tetap <i>in touch</i> meskipun sedang nggak ada panggung, awalnya seperti itu. Tapi <i>mostly</i> kalau di whatsapp grup jarang aktif karena nggak ada konten yang bisa memancing komunikasi di situ, jadi harus ada lempar-tangkap <i>jokes</i> atau komunikasi. Kalau dari Instagram Mas Bem nggak harus lempar jokes secara personal seperti di wa grup, tapi semua orang udah bisa komentar, jadi menurut Mas Bem lebih efektif kalau whatsapp ini buat secara personal, kalau ada acara dan lagu baru ya <i>share</i> di situ, tapi <i>mostly</i> lebih aktif di Instagram
P:	Oke oke, terus Bemandry sendiri dalam menjaga keintiman dari komunikasi yang dibangun dengan penggemarnya di media sosial itu cara kelolanya biar tetap intim gimana sih mas?
N:	Kalau supaya tetap intim ya Mas Bem membudayakan pada setiap komentar dibalas secara personal, kalau nggak diketik ya dilike. Jadi mereka tetap merasa eksistensi mereka mengomentari postingan Mas Bem itu tetep terjaga, jadi tetap

	dianggap orang sih, cenderung ke situ. Kalau keintiman yang lain ya biasanya ketemu, tapi sekarang karena pandemi jadi nggak bisa ketemu. Oh iya, sama repost, jadi kalau ada yang post dan tag Bemandry, dia akan repost supaya dia merasa tetap dihargai dan temenan. Jadi eksistensi mereka tetap terjaga, bahwa Mas Bem tetap menganggap mereka itu ada.
P:	Kalau dikomentar biasanya dibalas, kalau yang dilike itu biasanya komentar yang berupa apa?
N:	Kalau Cuma dilike itu kadang Cuma komentar-komentar biasa yang tidak perlu balasan, misal Cuma “Keren Mas Bem!”, nah kalau komentar kaya gitu kan mau lanjut seperti apa, begitu biasanya Cuma dilike. Kalau komentarnya cenderung ke arah curhat, misal “iya nih Mas Bem, lagu ini bikin ingat mantan aku”, itu biasanya dibalas, misal dikasi kata-kata mutiaranya Mas Bem yang sesuai dengan apa yang diposting. Kalau aku kan juga ikut bantu bikin konten untuk konten <i>release</i> , bukan konten <i>daily</i> atau sehari-hari. Kalau konten yang gitu kan biasanya komentarnya antara memuji, kalau memuji emang biasanya Cuma dilike aja. Tapi kalau dia curhat di situ, baru dibalesin sama Mas Bem, dikasi pesan-pesan sederhana sama Mas Bem
P:	Lalu untuk pertanyaan selanjutnya, topic apa yang digunakan Mas Bem dalam eksplorasi afektif terhadap penggemarnya di Instagram
N:	Nah kebanyakan ini kan kaitannya sama lagu yang dia rilis. Biasanya buat mancing isu, dia berusaha me- <i>relate</i> kan topik lagu yang dirilis dan dijadikan <i>story</i> , caption di <i>feeds</i> Instagram seputar “pernah nggak sih kamu mengalami hal seperti ini?”. jadi topiknya seputar itu, lempar topiknya seputar pengalaman pendengar atau temen-temen di sosial medianya, dia memancing mereka untuk berkomunikasi lewat itu. Nanti berhubungan sama lagu ini yang dikaitkan dengan emosional pendengar agar lagu ini bisa relevan sama mereka
P:	Oh jadi lempar isu yang <i>relate</i> dengan lagu yang akan dirilis sama Mas Bem ya..
N:	Iya benar, karena tujuannya agar lagu ini didengar banyak orang, jadi Mas Bem membuat agar sebelum lagu ini muncul, mereka bisa relate dulu sama kisahnya, jadi begitu. Biasanya itu emmancing temen-temen yang suka curhat colongan jadi mengutarakannya di situ. Soal emosional, pemikiran, argument, dan pandangan seseorang biasanya kepancing dari konten-konten Mas Bem yang berhubungan dengan lagu

P:	Lalu cara Mas Bem untuk merespon penggemar supaya hubungannya lebih intim dalam topic itu berarti ada hubungan dengan curhat colongan itu tadi?
N:	Iya ada hubungannya. Ketika pendengar udah berani untuk berargumen, berani untuk mengungkapkan apa yang dia rasakan sesuai dengan topik yang dia angkat, Mas Bem akan lebih intens untuk bales dan komentarin kasusnya jadi kayak “ini gini lho, coba kalau kamu gini gimana? Coba untuk gini deh”, misal gitu. Nanti baru diboost pakai lagu dia jadi “ini lagu buat kamu yang relate sama cerita atau kisah ini”, begitu. Dari situ biasanya saat itu muncul mereka akan komentar lagi “wah Mas Bem, ini <i>relate</i> banget sama cerita aku..”, atau pasti beberapa kali sering randomly bikin <i>story</i> atau live Instagram, nah itu juga dibahas tentang lagu-lagu yang relate sama mereka biar nanti fans Mas Bem meresponnya dengan komentar-komentarnya
P:	Kalau kemarin kata Mas Bem dia juga nanggapi curhat penggemar, itu termasuk merespon untuk yang lebih intim nggak menurut Mas Tian?
N:	Menurutku iya, jadi dia merespon curhat itu secara nggak langsung membuat penggemar merasa ada teman curhat, ada luapan perasaan yang sebenarnya mereka nggak berani cerita ke orang tapi bisa cerita ke Mas Bem, karena lagu nya pas, atau topic yang dianggap Mas Bem pas, kebetulan dia juga lagi ngerasain mungkin, nah itu jadi ada hal yang sama yang dirasakan juga oleh fans Mas Bem. Itu yang dipakai Mas Bem untuk mendekatkan diri, jadi respon interaksinya di situ. Komunikasi yang bisa dibilang lebih dalam meskipun mungkin belum personal banget karena kan susah untuk ketemu juga. Kalau pas sebelum pandemic bisa ketemu, atau pas sebelum-sesudah manggung bisa lanjut ngobrol, tapi karena kondisinya seperti ini jadi ya lewat komentar Instagram entah <i>story</i> , atau <i>feeds</i> , dan like. Itu yang bikin Mas Bem bisa dekat dengan fansnya
P:	Lalu bagaimana reaksi emosionalnya Mas Bem dalam merespon penggemar yang telah memasuki tahap hubungan yang personal dan intim?
N:	Kalau reaksi emosionalnya Mas Bem lebih ke arah kalau kadang-kadang dia geregetan karena banyak penggemar yang sering dibawa dengan pengalamannya masing-masing, biasanya diwujudkan dengan jokes-jokes atau pesan sok dewasa yang dikirimkan sebagai responnya. Jadi reaksi emosional dia itu nggak ditunjukkan secara nyata, tidak menunjukkan sisi emosionalnya dia. Jadi misal secara personal dia susah sekali mentoleransi kesalahan, di situ ketika ada orang

	yang membuat kesalahan dua kali, dia akan berargumen bahwa “ya kamu jangan sampai salah lagi,” yang disampaikan dengan cara tersirat, dengan cara dia sendiri. Jadi dia nggak secara gambling mengekspresikannya, tapi kalau dibaca-baca lagi itu bagian dari personality Mas Bem yang aku pikir dia pasti pakai emosi secara personal, dia nggak mungkin nggak kesel sama hal begini, karena dari kata-katanya aja udah beda dengan respon dia yang lain yang berupa jokes atau <i>quotess</i> yang ringan, tapi kalau hubungannya udah dalem, udah agak kenal dengan fans atau siapapun yang komentarin dia pasti lebih <i>deep</i>, bahkan mungkin akan keluar kata-kata makian, adalah tanda-tanda emosional yang paling mudah dilihat dari komentar dan balasan Mas Bem
P:	Oh berarti juga Mas Bem pernah menulis komentar makian, tapi dengan tersirat atau gambling
N:	Kalau makiannya tergantung orangnya, kalau orangnya udah deket banget sama Mas Bem, makiannya akan gambling. Tapi kalau orang yang belum deket banget paling Cuma “ya ampun” atau “yaelah”. Umpatan-umpatan yang nggak kasar lah, umpatan yang kalau misal orang kecewa sama sesuatu pasti ada “waah, harusnya nggak gitu tuh”, sederhananya umpatan yang seperti itu lah. Kalau udah kenal banget, makian yang kayak “anjing” atau “bangsat” itu oke, tapi sama fans yang belum terlalu deket dia menggunakan umpatan yang umum seperti yang tadi aku sebutin untuk mengungkapkan kecewanya. Lebih banyak kaya gini sih, dia gampang terpancing emosinya kalau dia tau orang kecewa atas kesalahannya dia atau kesalahannya orang lain.
P:	Terus, gimana sih cara Bemandry memutuskan komunikasi ketika manfaatnya tidak sebanding dengan upaya yang Mas Bem lakukan?
N:	Itu dia mulainya pelan-pelan. Kalau dia nggak suka sama orang dia akan pelan-pelan, mulai dengan dia menunda membalas komentar-komentar. Misal dia balas dua atau tiga hari komentar itu. Kalau komentar yang tidak dilihat secara publik dia akan Cuma ngelike atau ketika dia dikomen yang bisa dilihat secara publik di kolom komentar, dia biasanya juga Cuma memberikan like di komentar tersebut. Tapi itu akan pelan-pelan lama-lama akan tidak membalas sama sekali atau tidak dibaca. Dia akan membalas komentar orang ketika ada kepentingan tertentu jika dia mau memutuskan tali silaturahmi dengan orang ini. Kalau ada agenda dan konten rilis dia tetap akan balas sih. Biasanya kalau orang ini merugikan bagi dia

P:	Berarti kalau dibilang memutus komunikasinya dengan fitur love di komentar, apakah ungkapan-ungkapan kaya “keren” tadi yang tidak bisa dijawab termasuk memutus hubungan?
N:	Bisa iya bisa enggak. Kalau Cuma memuji itu kan nggak ada terusnya, misal ada 500 komentar nggak mungkin dibalas dengan kata “makasih” semua kan.. jadi tergantung situasi aja.
P:	Oh jadi fitur likenya digunakan untuk secara halus menghindar dari orang-orang yang Mas Bem tidak sukai ya
N:	Iya benar. Kalau penting untuk dia, dia pasti balas kok termasuk kalau DM itu dia merasa nggak penting dia Cuma akan balas dengan mengetuk pesan dua kali atau nge-love, atau kalau ada yang mention di <i>story</i> dia akan repost, tapi kalau misal dia benar-benar tidak ingin tau soal seseorang yang dia hindari itu, dia biasanya akan <i>hide story</i> , itu berarti dia sudah nggak mau berhubungan
P:	Pertanyaan selanjutnya, gimana sih cara Mas Bem untuk menentukan keberhasilan komunikasinya dia yang sudah dibangun oleh penggemar, dilihat dari apa?
N:	Kalau itu biasanya dari yang sederhana ya jumlah like atau komentar. Semakin banyak jumlah like atau komentar di situ, maka semakin berhasil. Presentasinya adalah jangka waktu dengan banyaknya komentar atau komunikasi, termasuk juga untuk <i>story</i> Instagram. Misal kalau konten ini diupload sekarang tanggal 19 jam 4 sore, kita lihat dua jam lagi sudah mencapai berapa like dan komentar, kita lihat dua jam berikutnya lagi. Keberhasilan itu biasanya ditentukan dari dua jam sudah mencapai berapa like, berapa komentar, seperti itu. Nanti kita juga lihat berapa orang yang komentarnya nggak Cuma sekali, jadi menunjukkan bahwa dia tertarik banget sama konten atau malah sama Mas Bem nya, nah itu biasanya tugasku untuk melihat hal-hal tersebut. Jadi ketika banyak yang ngelike, aku akan mengarahkan jenis-jenis konten yang dia unggah adalah konten yang seperti itu lagi agar banyak yang tertarik. Kami pernah menganalisis yang paling banyak komunikasi kalau Mas Bem upload video atau foto saat dia manggung. Nah itu dimanfaatkan. Misal saat dia upload konten dia berdua dengan mamanya, walaupun dia nggak suka upload konten keluarga, yang personal banget, Cuma ini likesnya paling banyak, jadi mungkin suatu saat jika mau upload konten bisa dicocokkan dengan jenis konten keluarga sebagai kemasannya. Begitu biasanya

P:	Terus keuntungan yang diperoleh Mas Bem dalam membangun komunikasi di Instagram tu apa aja sih?
N:	Keuntungannya ya lagunya lebih banyak didengerin, itu yang dicari sama Mas Bem
P:	Selain itu?
N:	Selain konten Instagram nya banyak yang like dan komentarin, banyak yang dm, banyak yang interaktif, lagunya juga lebih banyak didengar dan digunakan orang, apalagi dipakai orang untuk konten mereka, misal konten video di Instagram mereka, nanti direpost sama Mas Bem, atau dipakai buat <i>story</i> karena sekarang ada Instagram music juga.
P:	Oke oke, berarti keberhasilan itu terpusat sama lagunya ya?
N:	Iya, salah satunya itu. Yang lain ya followers bertambah, itu juga menjadi salah satu keberhasilan dia. Followers nambah, efek sampingnya job nambah karena banyaknya komunikasi. Kalau efek samping komunikasi yang berhasil ya itu sih menurut Bemandry dan tim. Segala konten yang dia unggah dilihat orang, tidak diskip, selalu ada komunikasi, itu selalu jadi tolak ukur keberhasilan konten Bemandry. Makannya konten jokes kenapa diperbanyak karena biar orang-orang kan sudah pada bosan dengan berita-berita, maka ada jokes biar “ayo komentarin aja”, jadi biar sama-sama asyik
P:	Berarti yang naik impresi atau apa?
N:	Impresi dan komunikasi. Istilah gampangnya traffic media sosialnya naik
P:	Baik. Lalu pertanyaan selanjutnya informasi personal Mas Bem yang diunggah tentang apa aja sih mas? Kalau Mas Bem kan kemarin bilang dia Cuma kasi liat “moodku sekarang seperti apa”, tapi tetap dengan tersirat, begitu, misal dibungkus pakai lagu. Kalau dari Mas Tian pernah lihat yang lain tentang informasi personalnya nggak?
N:	Kebanyakan mood Mas Bem di Instagram yang diupload itu sering menyindir. Biasanya bikin <i>quotess-quotes</i> yang menyindir yang kita nggak tau sebenarnya dia nyindir siapa. Tapi aku sebagai tim ya sering tau “oh ini tentang masalah yang kemarin”, atau misal dia lagi marah sama aku karena aku orangnya nggak tepat waktu, dia bisa upload <i>quotess</i> pakai bahasa dia sendiri kayak “jangan main-main dengan waktuku, karena waktuku tidak hanya untukmu.”, itu kan bahasanya Bemandry ya, jadi dia nyindirnya dengan kaya gitu

P:	Tetap dibungkus dengan <i>quotes</i> khas Mas Bem ya
N:	Iya benar, biasanya dibungkus dengan itu. Nanti kalau dia upload hal seperti itu biasanya juga ada yang komen misal, “iya aku merasa buang-buang waktu dengan mantanku.”, ada juga yang seperti itu
P:	Berarti <i>image</i> Mas Bem di mata penggemar itu bisa juga aku ambil kesimpulan sebagai dokter cinta ya
N:	Bisa, bisa. Bisa dianggap seperti itu, tapi sebenarnya bukan dokter cinta juga sih, tapi lebih ke mengakomodasi perasaan kayak ngerasain barang baru. Dia bukan tipe orang yang ngasi saran tapi dia lebih ke “yuk rasain bareng, kita nikmatin bareng biar kita sama-sama sembuh”
P:	Oh jadi temen gitu ya
N:	Bisa jadi.
P:	Terus cara Mas Bem untuk menentukan informasi personal yang akan diupload itu gimana?
N:	Ya tergantung untuk siapa. Kalau fans yang udah dekat dia akan merelakan informasi mulai dari yang paling umum, itu di medsos dia <i>share</i> nomor telepon atau email untuk menghubungi dia ketika ada job. Itu masuknya personal dan dia <i>share</i> , dia punya nomor sendiri untuk bisnis. Selain itu informasi personal yang <i>dishare</i> kaya tadi, bahwa dia mengemas beberapa hal. Kalau sama orang yang udah deket informasi personal itu biasanya informasi yang personal di luar keluarga. Misal lagi ngerasain apa, kayak “aku nggak suka nih sama situasi atau lingkungan yang <i>toxic</i> .” Misal lingkungan yang suka ngomongin orang, dan dia akan <i>share</i> itu entah di DM atau dipublish. Pokoknya berkaitan sama <i>branding</i> dia bahwa dia lucu, suka <i>jokes</i> , dia musisi, ya seputar itu yang penting soal keluarga karena dia paling nggak suka menyinggung soal keluarga. Batesannya di situ, tapi mungkin secara tersirat bukan secara gamblang, apalagi soal emosional dia nggak akan gamblang untuk sharing soal emosional melainkan menyiratkannya dengan <i>quotes</i> , caption juga bisa, dia lagi senang atau susah karena apa, yang penting bukan soal keluarga
P:	Berarti aku simpulin dia menentukan informasi personal yang diberikan tergantung lawan bicaranya siapa kan. Kalau untuk di <i>feeds</i> cara menentukan informasi personalnya bagaimana?

N:	Kalau yang bersifat publik menyeleksinya dengan melihat tujuan. Tujuannya sekedar konten personal sehari-hari atau konten relate. Kalau konten sehari-hari yang personal, sebaiknya itu tidak keluar dari personal brandingnya, misal dia lagi ngebranding bahwa dirinya adalah orang yang tegar. Kalaupun sedang sedih dia akan <i>share</i> tapi jangan sampai terlihat menyedihkan. Jadi kemasannya yang diolah, kemasannya sharing di <i>feeds</i> yang diolah. Kalau Mas Bem mau nyindir atau <i>share</i> soal “aku benci sama orang yang <i>toxic</i> ”, caranya nggak dengan langsung vulgar tapi dia lebih suka diolah jadi <i>quotess</i> , misal dia foto lagi sama temen-temen lalu dia tulis “enaknya ngobrol sama temen-temen yang bercandanya lucu”, misal sekedar gitu jadi nggak secara gamblang. Biasanya Mas Bem sendiri yang nggak suka publish sesuatu yang terlalu personal langsung. Biasanya dia pancing, lalu ada DM, baru sangat personal. Jadi sharing personalnya di lingkup yang lebih <i>private</i> , kaya <i>personal message</i> .
P:	Terus untuk cara Mas Bem untuk menentukan waktu yang tepat untuk <i>share</i> informasi personal gimana?
N:	Nentuin waktu yang tepat bergantung dari orangnya, kalau orangnya tepat, waktunya juga akan tepat, jadi kayak mungkin kalau dilihat dari durasi hubungan, itu baru dia mau <i>share</i> . Biasanya pada orang yang sudah cukup lama mengenal Mas Bem dan komunikasinya sering karena dia sebenarnya orangnya susah untuk dekat, kecuali memang durasi kenal dan komunikasinya sering dan sudah lama. Dia juga akan melihat <i>circle</i> -nya, kira-kira orang ini berpotensi merugikan atau tidak, kalau iya ya dia akan membatasi.
P:	Lalu gimana pertimbangan Mas Bem untuk memutuskan batasan informasi yang diunggah di media sosial Instagram?
N:	Sebatas itu tidak merugikan dirinya dalam arti ini tidak akan memperburuk nama dia atau keluarga, terus tidak merugikan orang lain juga. Kalau informasi personalnya ini berpotensi membahayakan dirinya dan keluarganya dia tidak akan <i>share</i> karena akan ada ancaman-ancaman yang kita tidak tau akan datang atau bagaimana, misal pencurian identitas, atau bahaya lainnya
P:	Berarti batasan batasan itu balik lagi ke siapa yang dia ajak komunikasi ya?
N:	Iya benar dan lihat juga kepentingannya dan karakter orangnya seperti apa

P:	Baik. Pertanyaan terakhir, kan sempat disinggung fitur-fitur, nah pernah nggak Mas Bem pakai fitur dari Instagram untuk mengunggah informasi bersifat sensitif atau pribadi, misal dengan <i>closefriend</i> , atau dengan orang <i>hide story</i> nya
N:	Dia jarang upload <i>closefriend</i> , fitur <i>hide</i> beberapa kali dia pakai, fitur block dia nggak pernah pakai. Informasi sensitive kaya nomor rekening dia langsung alihkan ke tim atau nomor whatsapp juga. Oh dia juga sering menggunakan fitur archive juga untuk kalau informasinya sudah nggak relevan atau bertolak belakang dengan brandingnya dia, dia akan pakai itu untuk menghilangkannya di feeds Instagram itu. Yang pasti kalau masalah kerjaan dia pakai fitur email dan fitur contact. Fitur yang paling sering dipakai sih di direct message untuk informasi yang nggak seharusnya dia <i>publish</i> untuk umum. Untuk fitur nonaktifkan komentar dia nggak pernah pakai juga.
P:	Kalau <i>hide</i> orang di Instagram pernah?
N:	Dia jarang pakai itu. Dia lebih sering mute <i>story</i> orang daripada <i>hide</i>
P:	Baik, pertanyaannya sudah habis, terima kasih banyak mas

3. NARASUMBER 3



Nama : Septiandry Mandriana (Bemandry)

Umur : 30 tahun

P:	Oke, siapa sih Bemandry ini?
	Ya, namaku Bemandry, sebenarnya nama panggung, nama asliku itu Septiandri Mandriana, kenapa Bemandry karena bem nama panggilan tongkrongan dari jaman SMP, lalu andry itu nama panggilan rumah dan waktu itu kebetulan jadi

	nama akun twitter awalnya, dari situ malah orang-orang pada ngerti Bemandry, dan pada akhirnya pas tahun 2017 akhir, waktu itu aku sempet ini, jadi terakhir main musik itu tahun 2013 tapi aku harus berhenti karena waktu itu kan bekerja menjadi wartawan di salah satu media massa, lalu setelah itu tahun 2017 waktu dapet kesempatan untuk membuat salah satu soundtrack dari novel. Kebetulan novelnya jadi best seller dan aku jadi diangkat lagi dan waktu itu aku sama penerbit yang merilis novel ditanya, kan aku masih bersikukuh untuk menggunakan sebagian besar nama asliku andry bemandariana. Tetep ada bem nya, tapi katanya kepanjangan kalau mau pakai nama ini, terus diusulin kenapa nggak pakai nama Bemandry aja, soalnya belum pernah ada nama Bemandry sebagai seorang penyanyi dan penulis lagu. Lalu aku cek google memang benar belum ada di dunia nama penyanyi dan penulis lagu pakai Bemandry, yaudah aku pakai nama itu, toh juga gabungan dua nama itu memang sehari-hari orang tau. Kalau keluarga taunya andry, kalau temen taunya bem, jadi yaudah pakai Bemandry
N:	Berarti itu sekitar kapan sih mulai dipakai nama Bemandry secara luas?
P:	Bener-bener dikukuhin sebagai nama panggungku ya 2017 itu waktu bikin soundtrack novel, dan kebetulan soundtracknya kalau aku ngeliatnya kayak bejo aja sih, bikin lagu, dijadikan soundtrack, lalu novelnya meledak di pulau-pulau jawa itu sebuah keberuntungan. Kalau yang lain tentang aku apalagi ya.. aku lahir 7 September 1991, lalu sampai hari ini aku sebagai seorang musisi sudah merilis 3 single sendiri, 2 single kolaborasi salah satunya dengan Fiersa Besari, sama mini album tahun 2020 kemarin aja sih untuk karya musik. Selain itu tadinya aku memang bikin lagu untuk tak nyanyiin sendiri, tapi setelah berjalannya waktu ternyata lagu-lagu yang kunyanyikan ternyata nggak semuanya cocok kunyanyiin sendiri. Nah, setelah itu di tahun 2020 kemarin aku dapat kesempatan untuk membuatkan lagu Putri Ariani, salah satu Indonesian Got Talent 2018, lalu seiring berjalannya waktu 2020 akhir aku juga kolaborasi dengan Fiersa Besari dan itu lagunya aku yang tulis.
P:	Berarti sejauh ini masih untuk song writer aja ya, berarti belum ada rencana untuk bikin lagu dari Mas Bem sendiri?
N:	Oh engga, aku tetep rilis. Mungkin bisa dibilang hampir tiga bulan sekali sih aku rilis single dan dari 2020 kemarin aku Alhamdulillah konsisten rilis single hampir

	tiga bulan sekali, terus walaupun aku nulisin untuk orang lain, aku tetep rilis untuk diri sendiri. Sebelum aku nulis lagu untuk orang aku juga udah stock lagu-lagu untuk rilisanku sendiri. Rencananya bulan depan memang mau rilis single lagi, kemungkinan bulan November. Kalau dari timeline sendiri usahain tiga bulan sekali, tapi emang ada beberapa yang meleset karena lagi pandemi dan aku melihat ini sebagai berkah. Aku off air udh ga ada, lebih jarang, lebih banyak waktu untuk nulis. Jujur penghasilanku ya dari tulis lagu untuk orang lain. Kalau dulu dapet duit dari panggung, sekarang dari nulis lagu
P:	Oh okeoke. Kalau untuk nama Bemandry dibuat ada tujuan lain nggak selain agar mudah diingat?
N:	Nggak ada sih, jadi motivasinya Cuma awalnya nggak sengaja dibikin untuk “wah ini nama tu ngga ada lagi yang pakai nama ini”, aku baru sadar jg ketika penerbit yang bilang gitu. Ternyata ya jadi berkat buat aku sampai hari ini sih
P:	Kalau menurutku memang nama itu mudah diingat sih mas
N:	Tapi nggak juga, karna kemarin waktu aku manggung di acara MolaTV Jakarta, hostnya agak kesulitan untuk baca namaku. Tapi setelah mereka tanya penyebutannya, mereka langsung tau sih. Mungkin untuk orang yang pertama kali denger biasanya kepleset benardi, atau ben apa, gitu
P:	Baik, masuk ke pertanyaan tentang Instagram. Kira-kira udah berapa lama akun Instagramnya Mas Bem?
N:	Wah aku lupa kalau itu. Kalau nggak salah aku bikin akun setelah lulus kuliah tahun 2014 karena temen-temen banyak yang bikin Instagram jadi ikut-ikutan. Setelah aku jadi jurnalis baru aku sadar fungsi Instagram ya bikin orang tau kalau aku jurnalis karena share foto ketika liputan. Kalau buat aku pribadi akun Instagram sebenarnya nggak gede, followers cuman 4000.
P:	Oh untuk sekarang berarti Instagram untuk menjaring pendengar ya
N:	Iya, karena kalau buat aku pribadi aku adalah musisi independent tanpa ada bantuan pasokan dana, jadi ya aku memaksimalkan media sosial ya termasuk Instagram. Tapi jujur walaupun aku main Instagram aku agak nggak ngerti semua fiturnya, jadi yaudah aku sekarang hanya share aja
P:	Jadi akun Instagram Mas Bem dipegang siapa?
N:	Semua akun media sosialku aku pegang sendiri termasuk youtube, spotify dan lain lain aku pegang sendiri

P:	Berarti belum ada admin sejauh ini?
N:	Sebenarnya sempet ada yang pegang, tapi kesannya kayak “kok ini bukan aku banget ya”. Aku walaupun nggak ngerti tentang sistem media sosial kayak gimana tapi aku cukup suka dan menikmati aja handle akun ku sendiri. Waktu itu sempat aku bikin manajemen kecil-kecilan tapi ternyata nggak cocok kalau mereka pegang Instagramku. Kadang lagu yang kubikin juga berasal dari curhatan para followers dan di komen. Ketika akunku dipegang, aku merasa “ih lu ngapain jawabnya begini, ini bukan gue banget”, dan kebetulan karena ini lagi sendiri, jadi yaudah kugarap semua sendiri
P:	Berarti untuk konten yang mau diupload ada diskusi dulu atau langsung Mas Bem yang buat keputusan?
N:	Aku sendiri semua. Jadi temen-temen yang bantu aku kayak Tian dan videographer ya ngebantu aja untuk eksekusi beberapa konten berat seperti template, video lirik, dan lain lain aku memberi arahan, mereka eksekusi. Sebenarnya berat sih, tapi aku liat kondisiku ketika aku masih belum bisa hire orang secara professional, kedua aku juga seneng untuk komunikasi dengan temen-temen followersku di segala media sosial. Tapi ini juga jadi PR untuk ku karena perkembangan ku di media sosial nggak terlalu besar sehingga aku lihat impresiku agak turun di media sosial. Tapi ya itu semua mungkin karena kurangnya komunikasi secara langsung, nggak seperti sebelum pandemi. Berkurangnya komunikasi juga terjadi di grup whatsapp yang isinya pendengar-pendengar laguku.
P:	Berarti kalau di grup wa akhir-akhir ini apa yang dibahas?
N:	Ya itu, turun komunikasinya. Ya paling selain bertukar kabar ya bercanda. Karena aku memposisikan mereka bukan sebagai fans tapi relasi. Misal kalau aku lagi di kota mana dan mau ketemuan ya kita akan ketemu dan aku samperin sekedar ngobrol. Kalau di grup wa mereka akan mendapat kesempatan lebih dulu untuk mendengarkan lagu yang aku akan rilis
P:	Oh berarti lebih ke komunitas ya mas
N:	Iya bisa jadi. Bisa jadi mereka orang-orang yang misal kalau aku rilis single dan promo, mereka orang-orang pertama yang bakal bantuin aku untuk promo, karena ya itu, aku nggak ada budget dan Cuma punya kemampuan nulis dan main musik aja, jadi hal itu yang kumanfaatkan

P:	Oh begitu. Kalau boleh tau ini kan Mas Bem yang buat grupnya. Lalu anggota di dalamnya ma bem yang invite atau mereka ada inisiatif?
N:	Jadi waktu masih belum dibatasi setiap aku ada off air aku akan kasitau ke temen-temen kalau aku buat whatsapp grup yang isinya aka nada banyak informasi seputar lagu, kalau berminat silahkan wa aku aja. Lalu temen-temen biasanya pada ke backstage untuk minta nomer dan aku yang invite satu persatu. Tapi sekarang udah enggak karena ternyata repot juga. Mungkin 2018-2019 masih invite sendiri, tapi kalau sekarang susah, jadi ketika mereka ada japri selama aku sempat pasti aku balas
P:	Oh berarti lebih ke temen ya
N:	Iya bener. Sekarang masih bisa handle sendiri jadi aku masih santai. Aku mengupayakan sampai kapanpun misal aku nantinya punya rejeki besar dan berada di tingkatan atas industri ini, aku akan berusaha tetap sama aja bersikap gini
P:	Nah, balik ke Instagram lagi. Tadi Mas Bem bilang pegang akunnya sendiri, nah bagaimana cara Mas Bem mencari komunikasi ke followers Mas Bem? Misal captionnya harus seperti ini agar yang follow ada feedback, atau bikin story gini nih
	Kalau dulu karena kita ada pertemuan selain promo di medsos, kita mau bikin apapun selalu rame sih yang kurasa. Aku ga tau kenapa tapi mungkin karena mereka punya kesan sendiri jadi mereka meramaikan media sosialku, acaraku, dan lain-lain. Tapi kebanyakan masuknya ke DM sih mungkin mereka malu buat komen atau gimana. Nah kalau sekarang berubahnya drastis, ga ada pertemuan itu yang bikin beda banget dan nggak tergantikan. Kalau sekarang aku sebenarnya juga pusing. Caraku sekarang ya lebih banyak meramaikan di story pakai fitur polling untuk menarik komunikasi, tentang apapun entah tentang karya, atau Cuma iseng-iseng pasti akan ramai. Itupun aku ngerti dari temen-temen selebgram, lalu aku coba dan belajar sendiri. Kalau dulu masih off air, yang nonton story k utu 3000, 2000, dan setelah sekarang paling nyentuh angka 500, jadi aku coba naikin pakai fitur polling
P:	Berarti komunikasi itu lebih banyak terjadi di story bukan hanya feeds ya?
N:	Mereka tu lebih demen direct langsung sama aku ya ngobrolnya. Kalau di komen aku bukan berniat untuk melakukan hal berbeda dari diri aku, tapi kalau komen tu

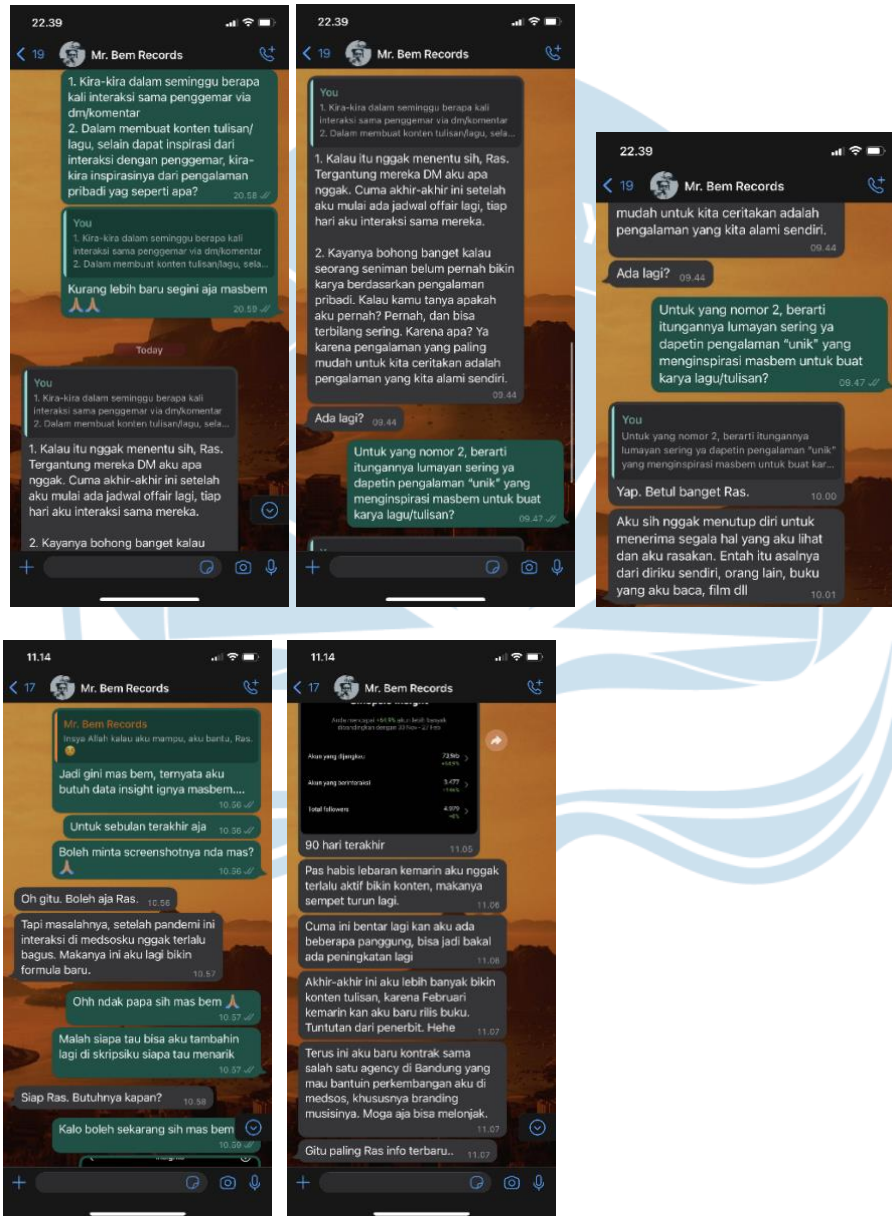
	keliatan langsung jadi kita nggak bisa seenaknya ngomong apapun ada batasan apapun, sementara kalau di direct ngomongin apapun lebih santai, kadang kalau ada yang telfon ya ku angkat, tapi tergantung orangnya juga.
P:	Berarti untuk ada balasan DM itu Mas Bem biasanya upload apa aja sih di Instagram? Informasi sehari-hari Mas Bem, atau panggung, atau acara virtual, atau apa?
N:	Ya macem-macem. Dari panggung, keseharian, kadang kalau aku bikin <i>quotes</i> <i>quotes</i> gitu karena mungkin pasarku lumayan besar di buku, mungkin mereka lebih suka dengan aku yang bikin <i>quotes</i> galau, karena penggemarku kebanyakan cewe di usia 18-25 tahun. Aku nggak tau pasti apakah memang cewek-cewek di usia segitu demennya yang galau-galau, tapi ya memang gitu kenyataannya. Tapi balik lagi karena pandemi ini merubah semuanya, dulu rame, sekarang sepi. Misal aku bikin QnA, misal bahas drama korea, nah itu rame, tapi nggak ada ngaruhnya buat musik aku. Yang bersifat hobi malah biasanya lebih rame nggak melulu tentang musik
P:	Kalau yang via DM akhir-akhir ini gimana mas? Agak menurun juga kah?
N:	Iya agak turun. Untuk komunikasi yang kaya dulu yang pengen cerita, galau, dan lain-lain itu agak menurun. Sekarang lebih ke membahas tentang drama korea, atau hal semacam itu sih sekarang
P:	Lalu seberapa terbukanya Mas Bem sekarang? Atau punya identitas lain untuk menggaet komunikasi?
N:	Ya mungkin kalau yang aku rasa sebenarnya aku orangnya pemalu dan nggak percaya diri, jadi sebenarnya kalau bisa aku bilang nggak sepenuhnya tentang aku banget, ada batasan yang aku lakukan karena sekarang ngeri, seseorang ngomong apapun sekarang bisa jadi masalah gitu.
P:	Kalau untuk informasi personalnya Mas Bem yang diupload di Instagram pakai fitur yang tadi mas sebut seputar apa aja selain drama korea? Misal yang personal gitu
N:	Oh ya mungkin lagi dengerin lagu apa, misal minta tanggapan mereka pas aku share lagu baruku, begitu
P:	Oh berarti seputar mood ya mas?
N:	Iya, bener. Aku seneng sih dengerin mereka merespon hal hal yang aku tanyakan di story, kaya ngerasa dengerin adik lagi curhat.

P:	Kalau Mas Bem buat jaga keintiman pendengar tu gimana sih mas?
N:	Ya itu dia. Misal aku tanya “eh lu lagi seneng sama drakor apa?” ya itu sebenarnya aku bukan hanya nyari materi buat bahan lagu tapi itu proses aku untuk meriset mereka, oh mereka tu suka lagu genre ini, misal drakornya tentang ini, misal ditinggal nikah, ditinggal meninggal, ya berarti ketika mereka mengalami hal seperti ini, mereka menikmati lagu atau genre film seperti ini.
P:	Oh berarti nggak melulu tentang curhat ya mas?
N:	Iya itu sih sebenarnya Cuma kesimpulan bodoh menurutku, tapi ya beberapa berhasil sih. Dulu sempet aku rilis lagu judulnya “Membiarkanmu” tentang orang yang nggak berani mengungkapkan perasaannya, ternyata banyak yang curhat tentang itu. Padahal temanya aku dapet dari drama korea juga
P:	Oh, tadi mas bem kan bilang pernah upload quote biar ada rasa “relate” dengan followers. Biasanya topiknya apa?
N:	Sebenarnya nggak selalu soal cinta sih. Jadi gini, quote yang aku upload itu nggak serta merta harus diambil dari pengalaman mereka, tapi aku liat dari pengalaman pribadiku juga. Tapi biasanya yang aku share ke instagram lebih ke motivasi, misal sekarang aku lagi capek banget dengan kondisi gini, kadang aku masih semangat tapi kadang aku sebenarnya juga ada rasa nyerah
P:	Berarti topic yang dibahas itu seputar pengalaman yang relate dengan pengalaman mas bem ya?
N:	Iya pengalamanku dan pengalaman mereka sih. Aku lebih seneng menulis sesuatu yang memang itu relate buat aku juga.
P:	Berarti sejauh ini apa yang mas bem rasakan sama yang followers rasakan kurang lebih sama ya
N:	Iya kadang sama. Mungkin konteks mereka percintaan, konteks aku tentang pengalaman hidup. Tapi ternyata kita punya titik tengah yang kita tu sama sama merasakan sesuatu seperti ini ya.
P:	Buat menjaga komunikasi dengan pendengar yang di DM biasanya kayak gimana? Digali topiknya yang relate atau?
N:	Pasti digali topik yang relate sih. Tapi kalau aku di media sosial sekarang melihat banyak perubahan, banyak share hal yang relate sama aku. Kalau aku tidak mengakomodir diri sendiri rasanya kesiksa aja gitu

P:	Kalau misal ada komunikasi dari followers mas bem yang nggak bisa digali lagi dan kurang ada relate-nya untuk mas bem sendiri gimana keputusannya? Apakah tetep dilanjut atau diputus aja?
N:	Kalau kondisi sekarang tergantung ngeliat karya yang aku rilis
P:	Berarti apapun topiknya tetep jadi bahan untuk karya mas bem ya?
N:	Tergantung keadaan sih. Kalau mau rilis single, ya hal yang nggak relate kumasukin ke bahan lain sih.
P:	Kalau di komunikasi pernah nggak sih ngerasa “ah ini ngobrol sama pendengar yang ini nggak ada sangkut pautnya nih buat aku” itu biasanya langsung dicut atau bagaimana?
N:	Kalau aku tetep ku dengerin sih. Karena kadang beberapa kali tu aku mendapatkan sesuatu dari sesuatu yang menurut kita tidak penting. Makannya ketika ada yang nggak <i>relate</i> tetep tak dengerin aja.
P:	Berarti memposisikan menjadi pendengar ya. Tadi kan mas bem bilang akhir-akhir ini ngeliat berhasilnya membangun obrolan sama pendengar lewat polling. Selain lihat dari polling yang rame, apa lagi indikatornya untuk dikatakan berhasil menggaet obrolan?
N:	Kalau dari like aku nggak terlalu liat, tapi aku litany dari feedback mereka. Misal mereka share di <i>story</i> dan tag aku, itu menurutku udah impresi yang luar biasa. Aku lebih ke feedback sih
P:	Lalu apa aja yang mas bem lakuin agar banyak feedbacknya?
N:	Upayanya ya tetep membuat konten sih, nggak ada lagi.
P:	Kontennya biasanya seputar apa?
N:	Kalau sekarang itu lebih ke konten musik ku sih, misal aku share lagu, atau aku share lagi belajar piano, dan lainnya
P:	Pernah nggak upload hal personal selain <i>mood</i> mas bem? Misal tentang keluarga, atau selain itu biasanya seputaran apa?
N:	Biasanya kalau setelah aku main musik kebanyakan tentang musik. Kalau dulu mungkin upload aktivitas aku ketika liputan, ketika diskusi, gitu. Kalau konten sama keluarga akan jarang banget karena ada beberapa kejadian yang membuat nggak nyaman jadi aku nggak terlalu share tentang keluarga
P:	Pertimbangannya untuk upload hal personal tu apa aja?

N:	Ya pertimbangannya lebih ke aku tu selalu berpikir berulang-ulang ketika terpikir sesuatu yang sensitive. Misal sekarang kan tentang corona. Aku akan berpikir berkali-kali takutnya apa yang aku lakukan malah berpengaruh negative sama orang lain
P:	Kalau tentang diri mas bem apa pertimbangannya?
N:	Aku nggak pernah mempertimbangkannya sama sekali sih
P:	Kira-kira dalam seminggu berapa kali komunikasi sama penggemar via dm/komentar?
N:	Kalau itu nggak menentu sih, Ras. Tergantung mereka DM aku apa nggak. Cuma akhir-akhir ini setelah aku mulai ada jadwal <i>offair</i> lagi, tiap hari aku komunikasi sama mereka
P:	Dalam membuat konten tulisan/ lagu, selain dapat inspirasi dari komunikasi dengan penggemar, kira-kira inspirasinya dari pengalaman pribadi yang seperti apa?
N:	Kayanya bohong banget kalau seorang seniman belum pernah bikin karya berdasarkan pengalaman pribadi. Kalau kamu tanya apakah aku pernah? Pernah, dan bisa terbilang sering. Karena apa? Ya karena pengalaman yang paling mudah untuk kita ceritakan adalah pengalaman yang kita alami sendiri. Aku sih nggak menutup diri untuk menerima segala hal yang aku lihat dan aku rasakan. Entah itu asalnya dari diriku sendiri, orang lain, buku yang aku baca, film dll
N:	Kalau komunikasi yang terjadi antara sesama <i>followers</i> Bemandry tuh seperti apa sih? Kan waktu itu Mas Bem dan narasumber lain pernah <i>mention</i> kalau ada grup Whatsapp bersama para penggemar, nah komunikasi antara penggemar dan penggemar lainnya tuh gimana mas?
P:	Jujur sih sekarang udah jarang banget komunikasi sama mereka di grup. Karena aku dan mereka waktunya sama-sama susah buat ngobrol lagi kaya dulu. Paling sekarang mah lebih banyak pada japri sih Ras. Kalau aku sempat, aaku pasti diskusi tipis-tipis sama mereka.. Di grup sekarang paling kebanyakan saling tuker info aja. Seringnya aku yang kasih info kalau ada update lagu baru yang bakal rilis. Mereka pasti tahu duluan dibandingin pendengar ku yang nggak gabung grup. Terus salin itu jadwal ku juga mereka pasti tak kasih tahu lebih dulu lewat grup. Terus setahuku, mereka suka pada kopdar gitu walaupun nggak banyakan.
N:	Oh begitu.. Baik sepertinya sekian mas wawancaranya, terima kasih banyak ya

Wawancara tambahan via Whatsapp dengan Bemandry melalui Whatsapp pada 30 Mei & 30 Juni 2022 :





4. Pedoman Wawancara

No	Konsep	Pengertian Konsep	Pertanyaan	Narasumber
1	Tahapan dalam teori penetrasi sosial dalam mengidentifikasi perkembangan hubungan (Littlejohn, 2009)	Menjelaskan tahapan-tahapan kedekatan Bemandry terhadap penggemarnya	1. Bagaimana cara Bemandry dalam menunjukkan sisi emosionalnya melalui media sosial? 2. Bagaimana respon audiens terhadap konten atau komunikasi yang menunjukkan sisi emosional Bemandry? 3. Bagaimana cara Bemandry dalam menanggapi respon audiens tersebut? Bagaimana cara Bemandry merangkai <i>caption</i> untuk meraih perhatian audiens dalam media sosialnya?	Bemandry (figur publik) & Raema Yoratian (tim kreatif dan media sosial Bemandry).
2	Ciri-ciri komunikasi interpersonal (Arnold dan Bowers dalam Humaira (2018))	Menjelaskan ciri-ciri komunikasi interpersonal yang terjadi dalam hubungan Bemandry dengan penggemarnya.	1. Dalam sehari, berapa konten yang diunggah oleh Bemandry dalam media sosial yang dikelola? 2. Kapan media sosial Bemandry memperoleh komunikasi tertinggi dan terendah? 3. Seberapa sering Bemandry membalas komentar dan	Raema Yoratian (tim kreatif dan media sosial Bemandry).

			pesan personal dalam media sosialnya?	
3.	Pengungkapan diri (Devito, 2011).	Menjelaskan tingkat pengungkapan informasi diri Bemandry pada media sosial.	1. Informasi apa saja yang dipilih Bemandry untuk diunggah dalam media sosial dan apa alasan dalam memilih informasi tersebut? 2. Informasi apa yang memperoleh reaksi audiens paling tinggi dan bagaimana mayoritas respon audiens dalam informasi tersebut?	Bemandry (figur publik).
4.	Model-model komunikasi interpersonal (Al-'Aththar, 2012).	Menjelaskan jenis-jenis model komunikasi yang terjadi dalam hubungan Bemandry dengan penggemarnya.	1. Bagaimana cara Bemandry membentuk negosiasi dengan para audiensnya? 2. Bagaimana cara Bemandry dalam merespon negosiasi tersebut?	Raema Yoration (tim kreatif dan media sosial Bemandry).
5	Fungsi-fungsi media sosial (Kietzman dkk, 2011).	Menjelaskan bagaimana Bemandry memanfaatkan fungsi-fungsi dari media sosial Instagram?	1. Bagaimana cara Bemandry menanggapi komunikasi yang terjadi dalam media sosialnya, baik melalui komentar maupun pesan personal?	Bemandry (figur publik).



