

Electronic Word of Mouth Music Studio

Fikri Zaka Rahmansyah*, Satya Indra Karsa

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*fikrizaka17@gmail.com, satyaindrakarsa@gmail.com

Abstract. People's habits as consumers always rely on reviews from other consumers before using products and services. Google Review is one of the platforms that is easily accessible and has credibility and is trusted to display various kinds of impressions, positive or negative criticism, and suggestions. The assessment on this google review is used by Rocket Music Studio 3 as a promotional medium in the form of electronic word of mouth. The purpose of this study was to understand the quality, quantity, and expertise of Rocket Music Studio 3's electronic word of mouth on google reviews and to find out the reasons for google reviews. The research method used is a qualitative research method with a content analysis approach. Data collection techniques are carried out by; interviews, observations, literature studies, documentation. The informant in this study is the owner of Rocket Music Studio 3. This research will result that the promotion of Rocket Music Studio 3 through electronic word of mouth on google reviews is based on the dimensions of Jeong & Jang's eWOM. This research results that the communication form of Rocket Music Studio 3's eWOM on Google Review is Online Customer Review and Online Customer Rating based on Jeonga & Jang's eWOM dimension.

Keywords: *Communication, Promotion, Google Review, Electronic Word of Mouth*

Abstrak. Kebiasaan masyarakat sebagai konsumen selalu mengandalkan review dari konsumen lain sebelum menggunakan produk dan jasa. Google Review menjadi salah satu platform yang mudah diakses serta memiliki kredibilitas dan terpercaya untuk menampilkan berbagai macam kesan, kritik positif atau negatif, serta saran. Penilaian pada google review ini dimanfaatkan oleh Rocket Music Studio 3 sebagai media promosi dalam bentuk electronic word of mouth. Tujuan penelitian ini untuk memahami kualitas, kuantitas, keahlian electronic word of mouth Rocket Music Studio 3 di google review dan mengetahui alasan google review. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara; wawancara, observasi, studi pustaka, dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah Owner dari Rocket Music Studio 3. Penelitian ini akan menghasilkan bahwa promosi Rocket Music Studio 3 melalui electronic word of mouth di google review berdasar pada dimensi eWOM Jeong & Jang. Penelitian ini menghasilkan bahwa bentuk komunikasi eWOM Rocket Music Studio 3 pada Google Review adalah Online Costumer Review dan Online Costumer Rating yang berlandaskan Dimensi eWOM Jeonga&Jang.

Kata Kunci: *Komunikasi, Promosi, Google Review, Electronic Word of Mouth.*

A. Pendahuluan

Rocket Music Studio merupakan salah satu layanan jasa penyewaan studio dan alat musik di Kota Cimahi. Dalam wawancara dengan Eki Caesar Marhaban sebagai owner, Rocket Music Studio berdiri sejak 2003. Awalnya, usaha itu didirikan oleh kakaknya, karena saat itu ia masih menjenjang pendidikan dibangku SMA dan tengah beranjak melanjutkan kuliah ke Perguruan Tinggi. Selang 9 tahun tepatnya pada tahun 2012, di pertengahan kuliahnya Eki memutuskan untuk membuka studio serupa seperti yang halnya sang kakak dengan nama yang sama namun ditandai dengan penambahan angka “3” pada nama Rocket Music Studio sebagai pembeda kepemilikan. Rocket Music Studio 3 resmi didirikan.

Meningkatnya penggunaan smartphone saat ini, membantu Rocket Music Studio 3 aktif melebarkan sayapnya melalui media digital. Sadar bahwa era digital memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi terkait banyak hal. Maka Rocket Music Studio 3 lebih mengandalkan Google Review sebagai media electronic word of mouth untuk menarik perhatian calon konsumen. Google Review merupakan salah satu fitur yang memiliki keterkaitan dengan Google My Business dan juga Google Maps. Fitur ini memungkinkan masyarakat atau konsumen memberikan ulasan dan penilaian untuk dipublikasikan dalam Google Review.

Ulasan dan penilaian yang diberikan itu berdasar pada pengalaman konsumen dengan layanan tempat tersebut. Beberapa dari konsumen telah memberikan ulasan serta penilaian terhadap pelayanan Rocket Music Studio 3. Ini membuat Rocket Music Studio 3 mendapatkan penilaian yang baik. Perkembangan teknologi inilah yang menjadikan dunia pemasaran mengalami peningkatan khususnya pada komunikasi pemasaran yaitu Electronic Word of Mouth (E-WOM) yang sebelumnya hanya Word of Mouth.

Berdasarkan konteks penelitian di atas, bentuk promosi Rocket Music Studio 3 yang mengandalkan pada Electronic Word of Mouth di Google Review membuat peneliti tertarik untuk meneliti, dengan menggunakan pendekatan analisis isi agar mengetahui lebih jelas bentuk promosi Electronic Word of Mouth Rocket Music studio 3 di google review. Penelitian ini juga merujuk pada dimensi electronic word of mouth Jeonga&Jang, antara lain; Concern for Others, Expressing Positive Feelings dan Helping the Company. Dimensi ini menjadi alat ukur tingkat keberhasilan dan dirasa paling sesuai dengan penelitian ini.

Maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Electronic Word of Mouth pada Google Review Rocket Music Studio 3 berdasarkan elemen E-WOM Jeonga&Jang?”. Selanjutnya, Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami lebih jelas Electronic word of mouth yang ada pada Google Review Rocket Music Studio 3 berdasarkan elemen E-WOM Jeonga&Jang.

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara yang bersifat ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan untuk memahami serta mengantisipasi sebuah masalah yang nantinya akan dikembangkan. (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif sebagai metode ilmiah yang diharapkan mampu menghasilkan penjabaran yang mendalam tentang tulisan, ucapan, atau perilaku yang mampu diamati oleh individu, organisasi, kelompok, serta masyarakat tertentu sesuai dengan konteks penelitian yang akan dikaji berdasar pada sudut pandang yang komprehensif.

Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi. Analisis isi ini melihat, mengamati, dan mengobservasi suatu perilaku komunikasi dengan merumuskan apa yang tepat untuk diteliti dan semua tindakan harus sesuai tujuan tersebut. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini pada paradigma konstruktivisme yang menggali makna perilaku yang ada di balik

tindakan manusia. Dalam ranah sosial, para individu secara berkala menciptakan struktur sosial melalui aksi dan interaksi mereka, karenanya tidak terdapat kebenaran abstrak atau realita karena realita ada hanya ketika orang yang menciptakannya secara bersama-sama.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bentuk e-WOM pada Google Review Rocket Music Studio 3

Media sosial menjadi sarana penting bagi Rocket Music Studio 3 terutama dalam kegiatan promosi. Media sosial utama yang digunakan seperti Google Review. Media ini digunakan/dimanfaatkan oleh Rocket Music Studio 3 sendiri sebagai sarana promosi untuk meningkatkan eksistensi vendor ini. Google Review sangat relevan dan efektif untuk mempromosikan jasa Music Studio ini. Dilihat dari habit konsumen, akan lebih sering mencari lokasi dan referensi melalui Google daripada media sosial lainnya. Melalui Google Review juga, calon konsumen bisa melihat rating dan ulasan yang real atau jujur dari konsumen lain yang sudah pernah menggunakan jasa Rocket Music Studio 3. Maka bentuk e-WOM pada Google Review Rocket Music Studio 3 antara lain:

Online Customer Review

Pada Google Review Rocket Music Studio 3, Online Customer Review terlihat secara umum sebagai ulasan atau testimoni yang diunggah oleh konsumen sebagai Electronic Word of Mouth antara lain; Ulasan mengenai Fasilitas konsumen cenderung sering membahas fasilitas sebagai salah satu pembahasan yang masuk dalam *Electronic Word of Mouth*. Contohnya seperti fasilitas alat musik yang disediakan serta kebutuhan bermusik lainnya; Pelayanan dari pemilik jasa menjadi hal yang sering dibahas pada ulasan Google Review. Pelayanan yang ramah pada konsumen sehingga membuat nyaman; Kenyamanan di tempat juga sangat penting agar konsumen merasa betah dan puas tidak merasa ada gangguan saat menggunakan jasa Rocket Music Studio 3. 3 (tiga) poin diatas menjadi hal yang paling sering diulas oleh konsumen pada Google Review Rocket Music Studio 3.

Online Customer Rating

Pada umumnya, Online Customer Rating ini berbentuk penilaian reviewer (konsumen Rocket Music Studio 3) menggunakan rating dengan skala atau bintang; 5 (Luar Biasa); 4 (Sangat Bagus); 3 (Biasa Saja); 2 (Buruk); 1 (Sangat Buruk) dan sebagai tambahan reviewer bisa memberikan ulasan berupa tulisan untuk memperjelas penilaian terhadap jasa yang mereka gunakan.

Berikut beberapa hasil yang sudah dirangkum berdasarkan kecenderungan rating dan ulasannya dari reviewer (konsumen Rocket Music Studio 3) hingga menjadi Electronic Word of Mouth bagi Rocket Music Studio 3:

Tabel 1. Rating & Ulasan Google Review

Rate	Ulasan
1	“Berisik, peredamnya kurang bagus” -Stefanus Wahyono
2	(Tidak ada yang memberi ulasan)
3	“Tempat di mana saya bermain musik dan ber inspirasi dan juga membuang rasa kebosanan” - Jalal Zaelani “Seru”-Reza Supratman
4	“Untuk studio 3 sudah enak,namun alat drum untuk cymbal ride nya kurang enak terdengar” - Ponick Almatin “Tmpt yg pas buat penghoby bermusik joss,,” - Yadi MAHAWIRA

5	<p>“Ramah, tempatnya asyik dan owner nya pun bersahabat sukses selalu” – Mas Jun</p> <p>“Studio terfavorite Tempat super nyaman. Cocok juga buat nongkrong tipis tipis sambil ngopi” - Duy’z Di’Vi</p>
---	--

Sumber: Google Review (2022)

Dimensi Electronic Word of Mouth Jeonga&Jang pada Google Review Rocket Music Studio 3

Penelitian ini berlandaskan pada teori Electronic Word of Mouth dari Jeonga&Jang. Beberapa dimensi e-WOM ini dapat diterapkan dan disesuaikan dengan ulasan yang ada pada Google Review Rocket Music Studio 3, seperti dibawah ini:

1. **Concern of Others** Berdasarkan hasil analisa, ulasan dengan karakteristik dimensi Concern of Others pada Google Review Rocket Music Studio 3 ada sekitar 40 ulasan tertulis dari 256 ulasan atau 16% dari keseluruhan ulasan. Selain itu, ulasan seperti ini pun menjadi ulasan paling efektif menarik minat calon konsumen.
2. **Expressing Positive Feelings** Ulasan ini hanya untuk mengekspresikan kepuasan diri setelah menggunakan jasa Rocket Music Studio 3, tidak memberikan saran atau kritik yang bisa menjadi bahan pertimbangan calon konsumen lain. Berdasarkan hasil analisa, ulasan dengan karakteristik dimensi Expressing Positive Feelings pada Google Review Rocket Music Studio 3 sekitar 29 ulasan tertulis dari 256 ulasan atau 11% dari keseluruhan ulasan.
3. **Helping the Company** Rata-rata ulasan menyebutkan pemilik dari Rocket Music Studio 3 ini memiliki sikap yang baik dan ramah pada setiap konsumen diikuti dengan ulasan tentang aspek yang lainnya. Berdasarkan hasil analisa, ulasan dengan karakteristik dimensi Helping the Company pada Google Review Rocket Music Studio 3 sekitar 11 ulasan tertulis dari 256 ulasan atau 4% dari keseluruhan ulasan.
4. **Venting Negative Feelings** Beruntungnya, Rocket Music Studio 3 tidak di dominasi oleh penilaian dan ulasan yang buruk. Berdasarkan hasil analisa, penilaian buruk hingga sangat buruk hanya ada 8 ulasan tertulis dari 256 ulasan atau 3% dari keseluruhan. Rata-rata ulasan yang diberikan pun sangat subjektif dan tidak mempengaruhi kualitas jasa Rocket Music Studio 3 secara keseluruhan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Bentuk eWOM pada fitur Google Review menjadi sarana promosi andalan Rocket Music Studio 3 yang ditinjau dari antara lain; Online Customer Review yang berisikan ulasan mengenai Fasilitas Jasa, Pelayanan dari pengelola dan Kenyamanan saat penggunaan jasa Rocket Music Studio 3; Online Customer Rating yang dikategorikan berdasarkan rating atau bintang dari 5 (lima) untuk Luar Biasa sampai 1 (satu) untuk Sangat Buruk.
2. Dimensi eWOM berdasakan teori Jeonga&Jang pada Google Review Rocket Music Studio 3 memiliki hasil 40 ulasan *Concern to Other* atau ulasan yang memberikan saran dan gambaran yang jelas mengenai kondisi tempat, 29 ulasan *Expressing Positive Feelings* yaitu ulasan yang memberikan kesan positif setelah menggunakan jasa, 11 ulasan *Helping the Company* yang membantu meningkatkan kredibilitas perusahaan melalui pelayanan & pengelolaan, dan 8 ulasan *Venting Negative Feelings* atau ulasan yang memberikan kritik dan kesan tidak menyenangkan setelah menggunakan jasa Rocket Music Studio 3.

Daftar Pustaka

- [1] Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- [2] Fiske, John. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali Pers.
- [3] Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi. Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Group
- [4] Moleong, L. J. (2012). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- [5] Priansa, D.J. (2002). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- [6] Sobur, Alex. (2004). *Analisis Teks Media Bandung*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [7] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- [8] Ratnasari, A (2019). *Word of Mouth Communication as Online Business Promotion*. MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan 35(1), 211-220.
- [9] Dewi, Adinda Salsa Bella Chandra. Rachmawati. (2021). Pengaruh Tayangan Youtube Podcast Deddy Corbuzier terhadap Kepercayaan Penonton pada Vaksin Covid 19. Jurnal Riset Manajemen Komunikasi. 1(2). 80-83