

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sejarah Promotor konser musik mulai ada di Indonesia sejak beberapa dekade yang lalu. Sejarah promotor konser di Indonesia dapat ditelusuri sejak awal tahun 1970-an. Pada saat itu, promotor lokal seperti PT. Java Musikindo sudah aktif menghadirkan konser-konser musik dari artis internasional seperti Deep Purple, Scorpions, dan Guns N' Roses.

Promotor musik adalah individu atau organisasi yang bertanggung jawab sebagai penganjur atau pendorong terselenggaranya acara atau event musik.<sup>1</sup> Secara bahasa, "promotor musik" mengacu pada seseorang atau perusahaan yang bertanggung jawab dalam merencanakan, mengorganisir, dan menyelenggarakan acara musik atau konser. Mereka berperan sebagai penghubung antara artis atau band dengan penonton, dan bertugas untuk memastikan semua aspek acara berjalan lancar.

Secara istilah, "promotor musik" adalah sebutan untuk individu atau perusahaan yang memiliki pengetahuan dan koneksi dalam industri musik. Mereka mengatur kontrak dengan artis, menyewa tempat konser, mengelola penjualan tiket, mengatur promosi, mengurus logistik, dan mengatur segala hal terkait acara musik. Tujuan utama seorang promotor musik adalah untuk menghasilkan acara yang sukses secara finansial dan memuaskan bagi penonton serta artis yang tampil.

---

<sup>1</sup> Dellyana, H. H. (2015). Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025 Ekonomi Kreatif. Jakarta: PT. Republik Solusi. Hal 230

Promotor musik juga dapat bertindak sebagai produser acara, di mana mereka terlibat dalam pengambilan keputusan kreatif, seperti pemilihan artis, desain panggung, tata cahaya, dan pengaturan lainnya. Mereka juga dapat bekerja sama dengan sponsor dan mitra untuk mendukung dan membiayai acara musik.

Namun belakangan ini fenomena konser musik yang tiba-tiba ditunda atau gagal digelar dapat merusak kepercayaan penonton untuk membeli tiket festival. Bahkan ada oknum promotor yang melakukan penipuan ketika sudah disebar poster lalu dengan seandainya membatalkan dan membuat acara musik dengan nama lain dan diulangi hingga tiga kali. Fenomena itu mengakibatkan musisi luar negeri yang dicancel akibat tidak sanggup bayar akhirnya tidak datang membuat kurangnya kepercayaan musisi luar untuk main di Indonesia. Selain itu penjualan tiket berpengaruh sekali banyak penonton yang membeli tiket pada saat mendekati hari H dibandingkan sebelum fenomena konser batal ini terjadi promotor menjual tiket presale bisa hingga 4 kali.

The Sounds Project juga di tahun 2022 mengalami sebuah kendala yaitu pada kuota penonton yang membeludak sehingga sangat padat melebihi kapasitas dari venue Ancol Ecopark dan selain itu juga The Sounds Project gagal memperhitungkan alur antrean penukaran tiket menjadi gelang sehingga penonton antre hampir mencapai 3 jam.

Namun pada tahun 2020 berdirilah APMI (Asosiasi Promotor Indonesia) merupakan perkumpulan yang terdiri atas promotor-promotor musik di Indonesia yang dibuat dengan tujuan untuk memajukan ekosistem pertunjukan

musik di tanah air, guna meningkatkan reputasi, kualitas, serta kuantitas penyelenggaraan konser dan festival musik di Indonesia.

APMI didirikan pada tanggal 28 Oktober 2020 dengan semangat kepemudaan. Pada saat itu merupakan masa pandemi Covid-19 yang berdampak sangat besar terhadap penyelenggaraan acara terutama event musik. Guna menyampaikan aspirasi yang dapat disampaikan kepada pemerintah dan seluruh stakeholder, para promotor membutuhkan wadah, oleh karena itu dibentuklah APMI. Melalui Asosiasi Promotor Musik Indonesia ini, para anggota bisa memiliki akses untuk penyampaian aspirasi. Anggota APMI terdiri dari 22 anggota yaitu New Live Entertainment, Nada Promotama, Plainsong Live, Java Festival Production, Synchronize Fest, The Sounds Project, Rich Music, Jazz Gunung Indonesia, Megapro Communication, Dyandra Global Entertainment, Hype Festival, Mecimapro, Expo Indo, Ismaya Live, Rajawali Indonesia, BTF, Doubledeer Experience, Boss Creator, dan Pesta Semalam Minggu. APMI (Asosiasi Promotor Indonesia) diketuai oleh Dino Hamid, Sekretaris Jendra Emil Mahyudin dan bendahara umum Dwi Tangoro Cahyono.



*Gambar 1. 1 Logo Asosiasi Promotor Musik Indonesia*

Dalam industri musik, promotor musik memainkan peran penting dalam mengembangkan karir artis, memperluas pasar musik, dan memberikan pengalaman live yang unik kepada penonton. Mereka berusaha menciptakan acara yang menarik, beragam, dan menghibur, sehingga menghasilkan kepuasan bagi semua pihak yang terlibat. Band mancanegara pertama yang manggung di Indonesia yaitu Deep Purple yang bergenre hard rock acara tersebut dihadiri hingga 150 ribu penonton di Stadion Gelora Bung Karno, dan juga band asal Indonesia yang mengisi di acara tersebut ialah God Bless.

Loncat ke tahun 1991 yaitu merupakan pagelaran konser termegah dan terbesar di Indonesia, band tersebut ialah Kantata Takwa yang beranggotakan Iwan Fals, Jockie Suprayoga, Sawung Jabo, dan Setiawan Jodi. Jumlah penonton yang hadir di konser tersebut sebanyak 150 ribu orang padahal kapasitas stadion hanya 88 ribu orang.

Lalu pada tahun 2014 merupakan rekor penonton terbanyak yang sebelumnya dipegang oleh Kantata Takwa sebanyak 150 ribu orang namun

Iwan Fals bisa mengalahkannya dengan sebanyak 200 ribu penonton sehingga berhasil memecahkan rekor di Indonesia.

Pada tahun 2016 muncul beragam Festival musik yang digelar oleh korporasi ataupun organisasi yang menampilkan musik lebih beragam seperti We The Fest, Djakarta Warehouse Project, Soundrenaline, Synchronize Festival dan lain-lain. Industri musik pada umumnya terbagi menjadi dua dalam pengembangannya, yaitu industri musik indie dan musik mainstream. Industri musik indie adalah industri dimana sebuah grup atau individu yang memainkan musik bergerak secara mandiri memperkenalkan, mempublikasi, menjual karyanya dan tidak bergantung pada perusahaan rekaman sedangkan musik mainstream adalah industri musik yang keseluruhannya dibawah naungan perusahaan rekaman besar baik dari segi pengaturan nada musik, karakter musik, manajemen sampai penjualan.

The Sounds Project bermula pada tahun 2015 pada saat itu masih bernama Gunadarma Sounds Project dimana empat orang anak muda dari satu kampus yang bermimpi untuk membuat platform musik berbasis kampus-komunitas, yang bisa diterima oleh publik dan pecinta musik secara universal. Dengan hanya berlandaskan semangat dan passion, mereka mulai menginisiasi gigs-gigs kecil dan event berskala medium secara lokal.



*Gambar 1. 2 Poster Gunadarma Sounds Project/ The Sounds Project vol 1*

Seiring berjalannya waktu, dari gigs lokal, maupun internal kampus, The Sounds Project terus berkelanjutan dan di-manage oleh para pendirinya setelah mereka lulus kuliah. Dan melalui belasan trial-error event, The Sounds Project menjelma menjadi kolektif musik yang sedikit demi sedikit dikenal oleh para penikmat, sebagai platform penyelenggara konser yang konsisten di area Jakarta dan Depok.

Selama kurang lebih lima tahun sekarang memasuki tahun ke enam, The Sounds Project menjelma sebagai wadah musik berskala nasional yang menyuguhkan puluhan band lokal maupun internasional dalam satu kesatuan festival, dan menjadi benchmark & sumber inspirasi-sekaligus trigger munculnya berbagai festival alternatif lain, yang banyak di inisiasi oleh anak muda sekarang

Sekarang, The Sounds Project sepakat bahwa sebagai brand ini tidak memiliki apapun/siapapun yang ada dibalikinya, tetapi merepresentasikan diri sebagai festival milik semuanya, milik komunitas, musisi, sponsor, vendor, maupun stakeholder lainnya, dan yang terutama, The Sounds Project adalah milik semua audience yang datang.

Berbekalkan prinsip “*Where The Dreamers Go*”, The Sounds Project akan terus menjadi rumah untuk anak muda yang berani bermimpi & mewujudkan karya kreatifnya tanpa peduli obstacle apapun. Tempat mereka belajar untuk menjadi versi terbaik dari diri mereka, melalui kerja real untuk mewujudkan festival yang punya konsep, *delivery* serta eksekusi yang sempurna.

Alasan penulis memilih promotor The Sounds Project karena memiliki Unique Selling Point berbeda disbanding promotor yang lain menurut Ghana selaku festival director dan juga pendiri yaitu memberi ruang kepada anak muda untuk mereka mengetahui dan belajar bagaimana membuat festival yang baik dan benar dengan cara membuka volunteer dan magang. Selalu meregenerasi tim dengan jumlah yang banyak karena untuk memberi kesempatan kepada anak-anak muda yang lain dan mempertahankan beberapa orang saja sebagai coach. Setelah menjadi tim The Sounds Project pada akhirnya bisa hidup di industri ini dengan bekerja untuk promotor besar, bahkan ada yang mampu membuat event cukup besar di bekasi dengan nama soundfest pendirinya bernama ryan pernah kerja di The sounds Project.

Memberikan ruang kepada musisi baru yang cukup matang dilihat dari kacamata tim The Sounds Project yang mampu naik ke tingkat skala nasional

seperti jono joni dan feel koplo dari main stage yang kecil mampu main ke stage utama dan The Sounds Project mengkawinkan dengan musisi Internasional yaitu The Walters.



*Gambar 1. 3 Foto dokumentasi data Gerhana Banyubiru di LSPR*

Kegiatan PR/PR dalam suatu organisasi mempengaruhi citra organisasi itu sendiri. Hasil informasi dan komunikasi PR menciptakan citra publik yang baik. Citra yang baik dari suatu organisasi memiliki pengaruh yang menguntungkan karena citra mempengaruhi persepsi publik terhadap komunikasi dalam banyak hal, sedangkan citra yang buruk merugikan organisasi. Dalam jangka panjang, citra yang baik memiliki banyak keuntungan: strategi PR yang dibangun dapat menanamkan kepercayaan masyarakat tidak hanya untuk mendapatkan citra positif, tetapi juga untuk mempertahankan citra positif yang dibangun, karena mempengaruhi citra perusahaan. Organisasi Ketika kepercayaan publik terkikis oleh reputasi



negatif, sulit bagi organisasi untuk mendapatkan kembali kepercayaan tersebut.

Strategi adalah suatu rencana dan pengelolaan yang bertujuan untuk mencapai suatu sasaran, di mana strategi berperan sebagai penentu arah dan target suatu perusahaan. Keberadaan Strategi Public Relations sangat penting dalam mencapai visi dan misi perusahaan. Untuk dapat beroperasi secara strategis, aktivitas Public Relations harus terintegrasi dengan visi dan misi perusahaan. Jika proses Public Relations tidak terpadu dengan visi dan misi perusahaan, maka sasaran yang telah direncanakan tidak akan berhasil tercapai secara optimal.

Dalam ranah public relations, strategi berperan membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnisnya. Perubahan tersebut meliputi peraturan, kegiatan politik, situasi ekonomi, perkembangan teknologi atau komunikasi, dan pertumbuhan populasi.<sup>2</sup>

Pendapat atau respon masyarakat dapat berhubungan dengan munculnya penghargaan, kesan positif, dan manfaat terhadap citra organisasi atau perusahaan yang diwakili oleh public relations. Biasanya, citra tersebut berakar dari nilai-nilai kepercayaan yang diberikan secara personal, dan merupakan pandangan atau persepsi. Proses penumpukan kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu ini akan seiring berjalannya waktu

---

<sup>2</sup> Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h. 89.

membentuk opini publik yang lebih luas, yang sering disebut sebagai citra (*image*).<sup>3</sup>

The Sounds Project merupakan festival yang dimulai dari lingkungan kampus yang saat itu tidak cukup dikenal oleh publik dengan seiring berjalannya waktu gelaran acara yang mereka buat selalu berjalan lancar. Hal yang cukup rumit untuk membangun citra positif suatu festival musik yang benar-benar dimulai dengan skala kecil. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti sebuah strategi membangun citra positif festival musik The Sounds Project. Oleh karena itu peneliti memberi judul “**Strategi membangun citra positif The Sounds Project**”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dari penjabaran latar belakang tersebut maka rumusan masalahnya adalah Bagaimana Strategi membangun citra positif The Sounds Project?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui dan menggambarkan secara jelas mengenai Strategi Membangun Citra Positif yang dilakukan oleh “The Sounds Project”.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

- Untuk menambah dan memperkaya pengetahuan, khususnya dalam bidang public relations untuk mengembangkan atau membangun citra positif sebuah perusahaan dalam memperkenalkan produknya.
- Menambah wawasan bagi penyusun khususnya mengenai strategi membangun citra positif untuk sebuah festival music.

---

<sup>3</sup> Frank Jefkins, *Public Relations* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003) h. 9 & 10.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Di dalam sistematika penulisan peneliti menjadikannya terdiri dari lima BAB, berikut rinciannya di bawah ini:

### BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian pustaka, yang menjelaskan tentang topik berdasarkan referensi dan merujuk pada penelitian Strategi membangun citra, serta berisi kajian teori dari penelitian.

### BAB III : PENYAJIAN DATA

Bab ini berisi tentang tahapan-tahapan untuk dilakukan dalam penelitian. Metode penelitian meliputi pendekatan penelitian, jenis penelitian, penemuan penelitian, penemuan pengetahuan, metode pengumpulan data, tipe data, metode pengolahan dan analisis data, metode data mining, dan lokasi beserta jadwal.

### BAB IV : PEMBAHASAN

Pada Bab ini akan dibahas secara lebih dalam mengenai hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, serta akan dibahas mengenai analisa yang telah dilakukan oleh penulis, yang

meliputi, sejarah Singkat The Sounds Project, serta analisis pada wawancara.

## BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang tahapan-tahapan untuk dilakukan dalam penelitian. Metode penelitian meliputi pendekatan penelitian, jenis penelitian, penemuan penelitian, penemuan pengetahuan, metode pengumpulan data, tipe data, metode pengolahan dan analisis data, metode data mining, dan lokasi beserta jadwal

