

**KEGIATAN EVENT MANAGEMENT PESTAPORA 2023  
DALAM MEMBANGUN BRAND IDENTITY DI KALANGAN  
INDUSTRI FESTIVAL MUSIK INDONESIA**



**SKRIPSI**

**Braga Salman Alfarizi**

**00000045985**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**KEGIATAN EVENT MANAGEMENT PESTAPORA 2023  
DALAM MEMBANGUN BRAND IDENTITY DI KALANGAN  
INDUSTRI FESTIVAL MUSIK INDONESIA**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Braga Salman Alfarizi**

**00000045985**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Braga Salman Alfarizi  
NIM : 00000045985  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis/Skripsi/Tugas Akhir saya yang berjudul:

**“Kegiatan Event Management Pestapora 2023 Dalam Membangun Brand Identity Di Kalangan Industri Festival Musik Indonesia”**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 3 Juni 2024



(Braga Salman Alfarizi)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul  
Kegiatan Event Management Pestapora 2023 Dalam Membangun Brand  
Identity Di Kalangan Festival Musik Indonesia

Oleh  
Nama : Braga Salman Alfarizi  
NIM : 00000045985  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 11 Juni 2024

Pukul 11.30 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS


Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom.  
NIDN 0307117806

Pembimbing

  
Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si.  
NIDN 0307128703

Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M.  
NIDN 0304039001  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si  
NIDN 0304078404

iii

*Kegiatan Event Management Pestapora..., Braga Salman Alfarizi, Universitas  
Multimedia Nusantara*

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Braga Salman Alfarizi  
NIM : 00000045985  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Kegiatan Event Management Pestapora 2023  
Dalam Membangun Brand Identity Di Kalangan Festival Musik Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- o Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 3 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Braga Salman Alfarizi )

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan Skripsi ini dengan judul: Kegiatan *Event Management* Pestapora 2023 Dalam Membangun *Brand Identity* Di Kalangan Festival Musik Indonesia dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, MA., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Fakhriy Dinansyah, S.I.kom., M.M, sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Anisa Arifah, kakak dari penulis yang selalu membantu penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Cindyasha Rainasafaira, Iqbal Athoriq, Farhan Firdaus, Nehemia, Chriss Bily, Bagas, Daffa Arkananta, Reval, Diva, Ical, Dimas, Rivan, Haikal, Mario Philip, Diandra Daryl adik, kakak, dan sahabat terdekat penulis yang memberikan dukungan moral kepada penulis untuk semangat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Sofhie Pricilla, Maharani Andjani, Kendra Bagaskara, Dylan Chandra, Elizabet Chiquita, teman seperjuangan penulis selama berkuliah di UMN

8. Kak Inge yang udah membantu menghubungkan penulis kepada narasumber dari penelitian ini, sehingga peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman-teman KPK (Kelompok Penikmat Karaoke), yang memberikan dukungan moral, sehingga penulis tetap semangat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Hanifah Putri Sudiby, kekasih dari penulis yang selalu ada di setiap situasi yang dialami oleh penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Karya Ilmiah Skripsi ini mampu menjadi pembelajaran, pengalaman, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 3 Juni 2024



Braga Salman Alfarizi

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# KEGIATAN EVENT MANAGEMENT PESTAPORA 2023 DALAM MEMBANGUN BRAND IDENTITY DI KALANGAN INDUSTRI FESTIVAL MUSIK INDONESIA

Braga Salman Alfarizi

## ABSTRAK

Indonesia memiliki berbagai bentuk dan format yang berbeda dalam menyajikan sebuah festival musik. Pada sejarahnya, festival musik Indonesia bisa hadir dan dinikmati oleh banyak pihak diawali oleh konser fenomenal yang bersejarah dari konser *Summer 28*. Penikmat musik tersebar di seluruh lapisan masyarakat dengan lintas generasi sehingga musik menjadi begitu berguna untuk dinikmati oleh siapa saja. Musik memiliki kemampuan untuk menyatukan para penikmatnya dalam satu wadah yang seperti melalui streaming platform hingga konser dan festival musik. Pestapora merupakan sebuah festival musik yang digarap oleh Boss Creator. Boss Creator menjadi salah satu promotor besar yang berhasil membuat festival bergengsi, dinilai dari festival musik garapannya menjadi obrolan industri festival di Indonesia, terkhusus di JABODETABEK. Pestapora adalah selebrasi terbaru dari pertunjukan musik Indonesia dengan mengajak penikmat musik untuk menikmati sebuah pengalaman yang berbeda untuk sebuah selebrasi perayaan musik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen acara yang dilakukan oleh Pestapora dalam membangun identitas merek di kalangan industri musik di Indonesia. Pada penelitian ini penulis menggunakan konsep manajemen acara Goldblatt dan identitas merek oleh Kotler & Pfoertsch. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dengan jenis penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan menggunakan metode studi kasus dengan pengumpulan data melalui wawancara. Hasil penelitian menunjukkan Pestapora telah menjalankan manajemen acara dengan baik melalui penerapan *key visual* “buah” sebagai bentuk identitas Pestapora yang meninggalkan kesan di benak audiensnya. Manajemen acara yang dilakukan Pestapora memiliki konsistensi sehingga memperkuat identitas yang dibentuk sebagai festival musik Indonesia yang *fresh* membawakan perayaan baru setiap tahunnya.

**Kata kunci:** Manajemen Acara, Identitas Merek, Pestapora



# EVENT MANAGEMENT ACTIVITIES OF PESTAPORA 2023 IN BUILDING BRAND IDENTITY IN THE INDONESIAN MUSIC FESTIVAL INDUSTRY

Braga Salman Alfarizi

## *ABSTRACT (English)*

Indonesia has a variety of different forms and formats for presenting a music festival. In its history, the Indonesian music festival can be present and enjoyed by many parties beginning with a historic phenomenal concert from the Summer 28. Music lovers are spread throughout the community with cross-generation so that music becomes so useful for anyone to enjoy. Music can unite the audience in a container that is like through streaming platforms to concerts and music festivals. Pestapora is a music festival worked on by Boss Creator. Boss Creator became one of the big promoters that succeeded in making the prestigious festival, assessed from the music festival of his claim to be a festival industry chat in Indonesia, especially in Jabodetabek. Pestapora is the latest celebration of Indonesian music performances by inviting music lovers to enjoy a different experience for a celebration of music celebrations. This study aims to determine the management strategy of the event carried out by Pestapora in building brand identity in the music industry in Indonesia. In this study, the author used the concept of Goldblatt event management and brand identity by Kotler & Pfoertsch. This study uses a post-positivism paradigm with a type of qualitative research that is descriptive and uses case study methods by collecting data through interviews. The results showed that Pestapora had run the event management well through the application of the "fruit" key visual as a form of Pestapora's identity that left an impression on the mind of its audience. The management of the event conducted by Pestapora has a consistency to strengthen the identity formed as a fresh Indonesian music festival to bring a new celebration every year.

*Keywords: Event Management, Brand Identity, Pestapora*

<b>DAFTAR ISI</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	8
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian</b> .....	13
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	13
<b>1.5 Kegunaan Penelitian</b> .....	13
<b>BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP</b> .....	14
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	14
<b>2.2 Konsep yang digunakan</b> .....	20
<b>2.3 Alur Penelitian</b> .....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	28
<b>3.1 Paradigma Penelitian</b> .....	28
<b>3.2 Jenis dan Sifat Penelitian</b> .....	28
<b>3.3 Metode Penelitian</b> .....	29
<b>3.4 Key Informan dan Informan</b> .....	30
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	32
<b>3.6 Keabsahan Data</b> .....	32
<b>3.7 Teknik Analisis Data</b> .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	35
<b>4.1 Subjek/Objek Penelitian</b> .....	35
<b>4.2 Hasil Penelitian</b> .....	39
<b>4.3 Pembahasan</b> .....	63
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	78
<b>5.1 Simpulan</b> .....	78
<b>5.2 Saran</b> .....	79

<b>5.2.1 Saran Akademis .....</b>	<b>79</b>
<b>5.2.2 Saran Praktis.....</b>	<b>79</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Penelitian.....	15
----------------------------------	----



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

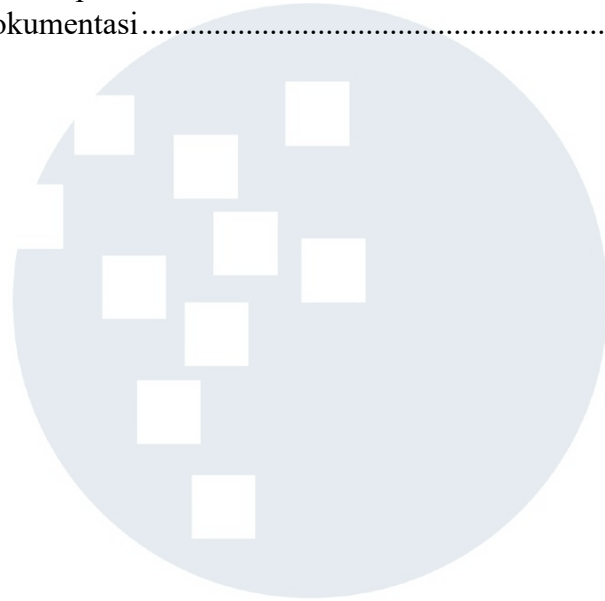
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1Konser Jakarta Pop Alternatif Festiva.....	2
Gambar 1. 2 Konten Media Sosial Pestapora.....	6
Gambar 1. 3 Area Festival Pestapora.....	7
Gambar 1. 4 Waktu Indonesia Berdansa.....	8
Gambar 1. 5 Pestapora Crowd 2022 .....	9
Gambar 1. 6 Konten Promosi Pestapora 2022 .....	10
Gambar 1. 7 Konten Promosi Pestapora 2023 .....	11
Gambar 1. 8 Area Pertunjukan Pestapora 2023 .....	12
Gambar 2. 1Alur Penelitian .....	27
Gambar 4. 1Crowd Pestapora 2022 .....	37
Gambar 4. 2Venue Pestapora 2023 .....	38
Gambar 4. 3 Konten Promosi Pestapora 2023 .....	43
Gambar 4. 4 Collaboration Pestapora .....	45
Gambar 4. 5Logo Pestapora.....	46
Gambar 4. 6Naming Stage Pestapora.....	47
Gambar 4. 7Area Venue Pestapora 2023 .....	51
Gambar 4. 8 Timetable Pestapora 2023 .....	53
Gambar 4. 9Area Green Room Pestapora .....	55
Gambar 4. 10 Konten Perubahan Jadwal Pestapora.....	58
Gambar 4. 11Konten Lineup Pestapora 2023 .....	64
Gambar 4. 12 Logo Pestapora 2023 .....	65
Gambar 4. 13 Promosi pengisi Pestapora 2023 .....	66
Gambar 4. 14 Stage Pestapora 2023 .....	67
Gambar 4. 15 Timetable Pestapora 2023 day 1 .....	69
Gambar 4. 16 Crowd Control.....	71
Gambar 4. 17 Green Room atau Artis Longue Pestapora 2023 .....	73
Gambar 4. 18 Comment After Movie Pestapora.....	76

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Formulir Konsultasi.....	83
Lampiran 2 – Hasil Turnitin.....	84
Lampiran 3 - Curriculum Vitae.....	85
Lampiran 4 – Coding Data.....	86
Lampiran 5 – List Pertanyaan.....	107
Lampiran 6 – Transkrip Wawancara.....	110
Lampiran 7 – Dokumentasi.....	157



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA