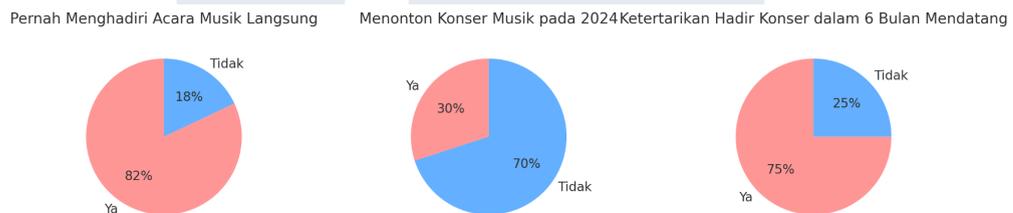


BAB I

PENDAHULUAN

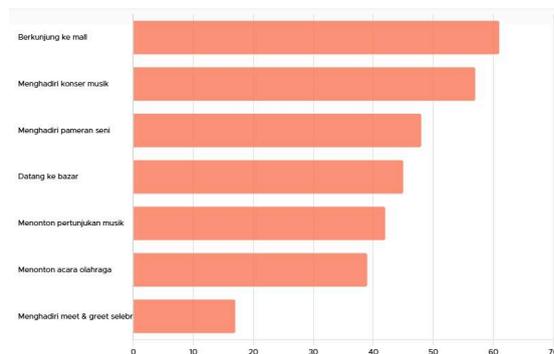
1.1 Latar Belakang Penelitian

Konser musik merupakan salah satu acara hiburan yang paling diminati oleh sebagian besar warga Indonesia. Survei yang dirilis oleh Jakpat (2024) yang melibatkan 2.131 responden menunjukkan bahwa sebanyak 82% responden pernah menghadiri acara musik secara langsung. Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa peminat konser musik sangat besar, terutama di kalangan Gen Z dengan tujuan untuk hiburan dengan persentase sebesar 55%.



Tabel 1.1 Visualisasi tabel berdasarkan data Jakpat, 2024
Sumber :Data olahan peneliti (2025)

Walaupun penyelenggaraan konser musik sempat terhambat pada masa pandemi, industri ini semakin berkembang dan semakin menarik banyak peminat seiring berjalannya waktu. Hal tersebut disambut dengan baik oleh warga Indonesia yang memiliki minat tinggi untuk menghadiri konser. Populix merilis survei yang menunjukkan Musisi lokal menjadi pilihan utama responden (51%), disusul penyanyi atau grup band *K-Pop* sebanyak 26% dan *band* internasional 23%.



Tabel 1.2 Tabel Populix, 2024
 Sumber : <https://data.goodstats.id/>

Minat konser musik di Indonesia yang besar juga dapat dilihat dari kesuksesan beberapa konser musik yang diselenggarakan di Indonesia. Pada tahun 2023, APMI (Asosiasi Promotor Musik Indonesia) mencatat ada lebih dari 3.000 event dan mengestimasi peningkatan penonton sekitar 30 juta orang. Beberapa acara konser musik dan festival musik yang meraih kesuksesan di antaranya adalah, *The Sounds Project 2023* yang mencatat hampir 30.000 penonton (Ardian, 2023, detik.com), Pestapora 2023 dengan 97.000 pengunjung yang tercatat (Mario, 2023, kompas.com), dan konser “Dewa 19 *featuring All Stars Stadium Tour 2023*” yang mencatat sekitar 85.000 penonton (kapanlagi.com, 2023).

Suatu konser juga bisa memberikan profit yang signifikan kepada musisi dan tim nya. Sebagai contoh kasus yang dapat mendukung konser musik sebagai prospek industri yang *profitable* adalah salah satu konser NCT DREAM, (*idol group boy band* Korea), yang menggelar konser di GBK, pada 18 Mei 2024, bertajuk “*THE DREAM SHOW 3: ESCAPE*”, berhasil menjual album sebanyak 1.687.340, yang menjadikannya salah satu album dengan penjualan tercepat dalam sejarah NCT DREAM (Nova, Kpopmap, 2024). Keberhasilan tersebut didukung dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh SM Entertainment sebagai musik label NCT DREAM dan PT. Dyandra

Global Edutainment sebagai promotor yang menawarkan berbagai benefit bagi pembeli album NCT DREAM dan pembeli tiket konser.

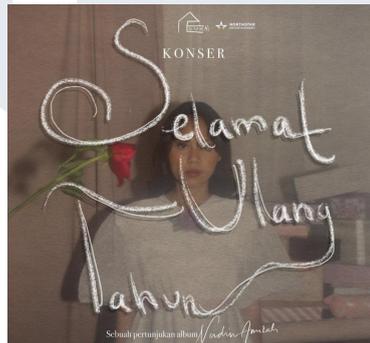
Dari data tersebut maka dapat dikatakan bahwa, target audiens dan perkembangan dari industri *event* konser musik di Indonesia menjadikan industri *event* konser memiliki peluang bisnis yang sangat besar. Fakta tersebut dapat mendorong banyak organisasi dan perusahaan *event organizer* yang menyelenggarakan konser musik dengan berbagai jenis seperti konser tunggal, festival, konser virtual, konser *intimate*, dan masih banyak lagi.

Kesuksesan dari konser musik seperti konser NCT DREAM yang dinaungi SM *Entertainment* tidak dapat digeneralisasi sebagai gambaran peluang bisnis konser musik secara menyeluruh. Pasalnya, musisi berlabel memiliki akses dan dukungan yang berbeda dalam faktor dana, SDM, dan koneksi, dibanding musisi independen atau *indie*. *Major record label* berperan besar dalam mendistribusikan musik yang dapat mencapai skala global dalam bentuk fisik seperti CD dan *merchandise*, maupun dalam bentuk digital seperti *streaming service*. Bahkan, distribusi musik dalam bentuk *event* seperti konser musik juga ditangani oleh label musik. Dalam segi pemasaran, musisi berlabel memiliki jangkauan yang lebih luas dan efektif karena *major label* memiliki strategi promosi berskala besar menggunakan berbagai media seperti radio, televisi, iklan, sponsor, media sosial, dan *partnership* dengan *brand* (Lupone, 2024).

Sebaliknya, musisi *indie* merupakan kategori musisi yang menjalankan proses produksi dan distribusi musik secara pribadi atau melalui label musik independen (Malika, 2020). Istilah *indie* ditarik dari kata “*independent*” yang berarti “mandiri”. Dilansir dari elle.co.id (2024), musik *indie* merupakan produk musik yang diproduksi secara independen, tanpa berada di bawah naungan *major label* seperti Universal Music, Sony, dan *major music label* lainnya. Dengan proses pengembangan produk kreatif dan pemasaran yang

serba mandiri, musisi *indie* biasanya memiliki akses dana, SDM, dan koneksi kerja sama yang tidak sebanding dengan musisi berlabel.

Walaupun demikian, hal tersebut tidak menghentikan *event organizer* untuk mengangkat musisi *indie* ke atas panggung konser musik. Salah satunya adalah Sorai dan Tap Projects yang sukses menggelar konser tunggal Nadin Amizah. Pada 22 Desember 2022, Nadin Amizah menggelar konser teatrical bertajuk “Selamat Ulang Tahun” di Basket Hall Senayan, Jakarta. Konser ini merupakan bentuk interpretasi panggung atas album "Selamat Ulang Tahun," di mana Nadin tidak hanya membawakan lagu-lagu dari albumnya, tetapi juga menyusun konser tersebut dalam konsep teatrical. Konser ini menghadirkan konsep yang berbeda dibandingkan dengan konser musik pada umumnya karena memadukan unsur musik dan teater.



Gambar 1.1 Konser “Selamat Ulang Tahun”

Sumber : <https://www.pramborsfm.com>

Konser ini disambut dengan antusias yang sangat baik oleh penggemar. Dilansir dari antaranews.com, tiket konser ini berhasil terjual habis sebelum hari penyelenggaraan dengan jumlah penjualan yang menembus 2.800 penonton. Data tersebut menunjukkan tingkat loyalitas dan royalti dari penggemar Nadin Amizah. Tingkat loyalitas penggemar Nadin dapat dilihat dari penggemarnya yang sangat terhubung secara emosional maupun visual dengan Nadin. Hal tersebut dapat ditemukan pada penggemar Nadin yang biasanya hadir ke konsernya menggunakan pakaian yang selaras dengan visual

Nadin Amizah, seperti penggemar perempuan yang mengenakan gaun putih, maupun penggemar laki-laki yang mengenakan kemeja putih.

Konser ini terselenggara atas kerjasama antara Sorai, Tap Projects, dan Northstar Entertainment. Sorai Riang Dinamika, atau biasa dikenal sebagai label sorai, merupakan label berbasis independen yang menaungi musisi *indie* seperti Nadin Amizah serta beberapa musisi lainnya. Dilansir dari laman “*about us*” web sorai.co.id, Tim Sorai merupakan tim kreatif independen dengan nama perusahaan PT. Sorai Riang Dinamika yang didirikan pada tahun 2018. Nama Sorai sendiri diadopsi dari salah satu judul karya Nadin Amizah, “Sorai” yang dirilis pada tahun 2019. Sebagai *record label* independen Nadin, Sorai berperan dalam setiap aspek dari produksi karya musisinya, dimulai dari produksi, distribusi, serta strategi PR dan Marketing. Selain produksi dan distribusi karya, Sorai juga berperan sebagai promotor dari acara yang diselenggarakan oleh Nadin seperti *showcase*, *intimate concert*, serta konser, salah satunya adalah konser “Selamat Ulang Tahun” ini. Sebagai promotor, Sorai turut membantu Nadin dalam memproduksi konsep kreatif menjadi interpretasi panggung konser mulai dari teknis produksi, sampai pemasaran.



Gambar 1.2 Logo PT. Sorai Riang Dinamika

Sumber : <https://sorai.co.id/>

Sorai dan Nadin kerap kali bekerjasama dengan Tap Projects sebagai eksekutor acara seperti dalam konser ini. Tap Projects merupakan tim manajemen musisi berbasis independen yang berfokus pada perencanaan dan manajemen konser musik di Indonesia. Selain konser “Selamat Ulang Tahun”, Tap Projects juga menjadi eksekutor dalam konser Nadin Amizah lainnya seperti “Malam Mendengar”, “Showcase Album : Untuk Dunia, Cinta, dan

Kotornya”, “Intimate Concert”, dan project konser Nadin Lainnya. Tak hanya Nadin Amizah, Tap Projects juga menangani project konser dari berbagai musisi Indonesia lainnya seperti Teddy Adhitya, Arash Buana, Yowha, dan musisi lainnya. Dalam konser ini, Tap Projects berperan sebagai eksekutor yang bertanggung jawab atas berjalannya manajemen operasional dan bisnis.



Gambar 1.3 Logo Tap Projects

Sumber : Instagram @tap_projects

Dalam penyelenggaraan konser ini yang membutuhkan banyak bantuan terutama dalam aspek bisnis dan produksi, Sorai dan Tap Projects menjalin kerjasama dengan Northstar Entertainment sebagai co-promotor yang berkontribusi dalam aspek manajerial dan teknis produksi. Northstar Entertainment merupakan promotor musik yang berfokus pada penyelenggaraan *special event* dalam industri musik seperti konser, tur, dan festival musik. Selain berperan dalam konser ini, Northstar juga telah menyelenggarakan beberapa *event* musik lainnya seperti “Lisa : Asia Tour 2024”, konser Niki, dan konser Maliq & D’Essentials (mediainformasi.com, 2024).



Gambar 1.4 Logo Northstar Entertainment

Sumber : [linkedin.com/company/northstarentertainment/](https://www.linkedin.com/company/northstarentertainment/)

Berdasarkan penjelasan di atas yang memberikan gambaran mengenai konser ini, dapat disimpulkan bahwa konser ini memiliki keunikan dan kompleksitasnya tersendiri. Mulai dari struktur organisasi yang tersusun dari kerjasama 3 organisasi, ditambah dengan kompleksitas dalam aspek kreatif, manajerial, dan teknis produksi. Oleh karena itu, kasus konser ini sangat menarik untuk diteliti berdasarkan perspektif model manajemen *event*.

Goldblatt dalam Dewi (2023), menjelaskan bahwa konser musik merupakan acara yang ditujukan untuk target pasar tertentu dan menawarkan pengalaman unik yang tidak ditemukan dalam keseharian. Partisipasi aktif peserta menjadi bagian penting dalam menciptakan pengalaman yang berkesan. Keberhasilan dari sebuah *event* dapat diukur dari pencapaian target, jumlah peserta kepuasan audiens, eksposur media, hingga volume penjualan. Untuk mencapai keberhasilan tersebut, dibutuhkan koordinasi yang matang dan persiapan logistik yang efisien.

Untuk bisa merencanakan sebuah *event* yang ditujukan untuk mencapai kesuksesan, Goldblatt menganjurkan praktisi *event* untuk mengimplementasikan model manajemen *event* agar setiap langkah yang diambil dalam penyelenggaraan *event* bisa terukur dan efisien. Model manajemen *event* dimulai dari tahap riset, desain, perencanaan, koordinasi,

dan evaluasi. Koordinasi dan komunikasi dalam perencanaan dan penyelenggaraan konser musik sangatlah penting untuk bisa mengeksekusi *event* dengan efektif. Proses koordinasi dan komunikasi dalam penyelenggaraan *event* konser musik merupakan alat perekat untuk bisa menjalankan proses manajemen *event* yang melibatkan banyak pihak.

Berdasarkan penjelasan model manajemen *event* Goldblatt dan pentingnya strategi dalam implementasi manajemen *event*. Maka, teori tersebut digunakan untuk meneliti dan memberikan gambaran dari kasus konser ini yang merupakan hasil kerjasama antar 3 organisasi, serta memiliki konsep kreatif yang kompleks. Peneliti dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan terperinci mengenai peran dan tanggung jawab anggota organisasi, koordinasi dan komunikasi yang dilakukan, serta strategi mengatasi hambatan yang dilakukan oleh tim penyelenggara dalam setiap tahap manajemen *event*.

1.2 Rumusan Masalah

Manajemen *event* merupakan unsur fundamental dalam penyelenggaraan suatu acara. Kerangka manajemen event yang dikembangkan oleh Joe Goldblatt yang mencakup tahapan riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi memberikan dasar sistematis untuk menganalisis penerapan komunikasi dalam setiap tahap penyelenggaraan konser. Oleh karena itu, rumusan masalah dari penelitian ini adalah strategi yang dilakukan oleh tim penyelenggara dalam implementasi model manajemen *event*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana strategi manajemen *event* yang dilakukan oleh tim penyelenggara dalam proses penyelenggaraan *event* konser “Selamat Ulang Tahun” Nadin Amizah

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi manajemen *event* yang dilakukan oleh Tim penyelenggara dalam penyelenggaraan event Konser Musik Selamat Ulang Tahun Nadin Amizah.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam proses pembelajaran bidang penyelenggaraan *event*, terutama dalam *event* konser musik.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi praktisi di industri event dan kreatif, khususnya konser musik untuk mengimplementasikan manajemen *event* dengan strategi yang efektif.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya berfokus pada konser “Selamat Ulang Tahun”, yang merupakan salah satu konser dari Tap Projects, Sorai, dan Nadin Amizah, sehingga hasil dari penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk menggambarkan keseluruhan praktik dalam manajemen *event*.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA