

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, The Sounds Project 7 menerapkan lima tahapan *event management* Goldblatt (2014) untuk mengoptimasi pertumbuhannya sebagai sebuah festival musik yang rutin diadakan sejak tahun 2015. Pada tahap pertama *research*, tim The Sounds Project 7 melakukan riset kuantitatif untuk melihat demografis target pasar dengan meninjau kondisi pasar terkini dan kebutuhan pengunjung dalam festival musik, menggunakan data dari platform musik Spotify untuk melihat kebiasaan mendengar musik masyarakat dan profil musisi, hingga menyebar survei ke komunitas. Riset tambahan dilakukan dengan mengunjungi festival musik lain sebagai tolak ukur, serta melakukan survei lapangan ke *venue*. Riset kombinasi dilakukan dengan menggunakan data internal The Sounds Project 7 untuk memastikan bahwa seluruh elemen acara sesuai dengan tema musik yang dibawakan dan dapat diterima oleh pengunjung The Sounds Project. Seluruh riset dilakukan oleh The Sounds Project 7 dengan meninjau kebutuhan kampus dan komunitas, akar utama The Sounds Project, sebagai landasan utama proses riset.

Pada tahap *design, brainstorming* dilakukan dengan pemaparan setiap divisi mengenai ide saran, dalam rapat kerja (*raker*). Proses tersebut dilakukan dengan landasan pemahaman akan citra merek The Sounds Project yang sama yakni sebagai festival musik dengan konsep utama *raw and wild*. Selain itu, proses *brainstorming* dilakukan dalam setiap divisi dengan objektif spesifik seperti meningkatkan penjualan tiket. *Mind mapping* dalam setiap divisi dilakukan untuk menghasilkan strategi yang dapat diimplementasikan secara nyata. Secara spesifik, divisi Sales & Promotion menghasilkan strategi *bundling* tiket berupa *couple & group package* serta promosi pada media sosial dengan harga tiket yang lebih murah dengan festival musik serupa seperti Synchronize Fest. Sementara divisi Sponsor & Partnership menciptakan program Authenticators bersama dengan *brand* rokok Class Mild.

Tahap selanjutnya *planning* yang mengacu kepada aspek *time, space*, dan

tempo, dilakukan dengan menggunakan *master timeline & checklist* sebagai acuan dalam menjaga tempo acara. Proses perencanaan The Sounds Project 7 telah dilakukan sejak 8-10 sebelum acara. Dalam menentukan RAB (Rancangan Anggaran Biaya), Ghana sebagai Festival Director dan Direktur Utama melakukannya secara individu untuk menghindari adanya ego sentris dari masing-masing divisi. Penentuan tanggal acara dirancang bersama tanpa ada alasan khusus, dengan mengambil waktu saat akhir pekan dan memilih tanggal yang dekat dengan tanggal mayoritas masyarakat menerima gaji. The Sounds Project 7 menggunakan *venue* yang sama sejak The Sounds Project 5 dengan beberapa penambahan titik baru, serta satu panggung TSP&Co.

Pada tahap *coordination*, The Sounds Project 7 melakukan koordinasi menyeluruh dengan tim internal, musisi penampil, pihak *venue*, vendor, hingga satuan pengamanan (satpam), Polsek, hingga Mabes Polri, baik sebelum maupun saat acara. Koordinasi sebelum hari acara dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh elemen acara seperti promosi, kebutuhan musisi, dapat terpenuhi secara optimal. Sementara koordinasi saat hari acara dilakukan dengan menggunakan jalur komunikasi khusus lewat HT (*handie talkie*) untuk memudahkan komunikasi saat mengatasi situasi tidak terduga. Tahap *evaluation* dilakukan secara menyeluruh saat rapat kerja tahun selanjutnya dengan melibatkan seluruh divisi untuk meninjau aspek yang perlu diperbaiki. Informan ahli menyarankan proses evaluasi dapat didukung dengan evaluasi harian yang dilakukan pada akhir hari saat acara berlangsung. Evaluasi dari pengunjung dipilah melalui masukan yang berada pada kolom komentar media sosial The Sounds Project 7.

Secara keseluruhan, The Sounds Project 7 menerapkan lima tahap *event management* milik Goldblatt (2014) sebagai upaya mengoptimasi pertumbuhannya sebagai festival musik. Dengan senantiasa konsisten dalam menjadikan komunitas dan kampus yang menjadi asal dan akar The Sounds Project sebagai landasan utama proses riset dan merancang acara, serta penerapan *event management* yang maksimal, The Sounds Project setiap tahunnya mencapai pertumbuhan yang optimal sebagai festival musik. Berawal dari inisiatif dan keinginan empat mahasiswa Gunadarma untuk menciptakan festival musik berbasis komunitas dan

kampus, kini The Sounds Project 7 telah berhasil membawa namanya ke dalam jajaran festival musik komersial terbesar di Indonesia dengan tetap mempertahankan identitas utamanya sebagai festival bagi komunitas dan kampus.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa batasan yang ditemui. Oleh karena itu, berikut adalah saran akademis untuk penelitian kedepannya:

1. Penelitian secara spesifik menggunakan The Sounds Project Volume 7 sebagai objek untuk melihat pertumbuhan The Sounds Project sebagai festival musik, kedepannya penelitian dapat dilakukan dengan meninjau secara mendalam masing-masing volume dari The Sounds Project untuk mendapatkan pemahaman dan data yang lebih mendalam.
2. Penelitian dilakukan dengan menggunakan konsep *event management* Goldblatt (2014), kedepannya penelitian dapat dilakukan menggunakan konsep lain untuk mendapatkan perspektif manajemen acara yang bervariasi.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, terdapat beberapa saran praktis yang dapat diterapkan oleh The Sounds Project sebagai objek penelitian:

1. Proses evaluasi yang dilakukan secara menyeluruh saat rapat kerja tahun berikutnya dapat diimbangi dengan evaluasi harian pada masing-masing hari acara berlangsung agar poin-poin evaluasi dapat lebih spesifik dan *fresh*, serta membuka ruang untuk perbaikan pada hari acara selanjutnya yang optimal.
2. Nama program kerja sama dengan *brand*, seperti Authenticators, dapat dibuat dengan tetap mencantumkan elemen dari The Sounds Project agar masyarakat umum sadar bahwa acara tersebut merupakan bagian dari The Sounds Project.