BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Festival Musik di Indonesia merupakan acara tahunan yang menjadi wadah bagi musisi dan pecinta musik Indonesia untuk merayakan keragaman dan kekayaan musik Indonesia. Tujuan utama dari festival ini adalah untuk mempromosikan musik Indonesia dan luar negeri, menghormati musisi dan memperkuat industri musik tanah air. Di Indonesia, tren konser musik baru mulai meningkat pada tahun 1960-an. Di tahun 2010-an (sumber: www.synchronizefest.com) , banyak artis dan musisi mancanegara yang menggelar konser tunggal di Indonesia. Namun, kini intensitasnya mulai berkurang. Beberapa penyelenggara artis yang dulunya bersemangat menggaet musisi mancanegara, kini tak lagi menggelar konser solo secara intensif. Tren saat ini adalah mengundang musisi asing ke festival.

Festival Musik Indonesia bukan hanya ajang musikal tetapi juga tujuan wisata budaya. Acara ini menarik perhatian wisatawan lokal maupun mancanegara yang tertarik dengan musik dan budaya Indonesia. Dengan demikian, festival ini dapat mendukung industri pariwisata dan menunjukkan kekayaan budaya Indonesia kepada dunia.

Festival Musik di Indonesia menjadi ajang yang dinantikan setiap tahunnya, mempertemukan musisi, pecinta musik, dan pemangku kepentingan industri musik. Melalui festival ini, musik Indonesia semakin maju, merambah dunia internasional dan memperkuat identitas musik Indonesia di kancah dunia.

Namun berbeda hal-nya dengan *Synchronize Festival*, *Synchronize Festival* adalah festival musik berskala nasional multi-genre tahunan yang mengundang puluhan ribu pengunjung untuk merayakan keragaman musik live di lima panggung selama tiga hari tiga malam, sambil menikmati 100 pertunjukan pilihan terbaik Indonesia. Artis dari tahun 1970-an, 1980-an, dan 1990-an-2000-an.

Gambar 1.1

Logo *Synchronize Fest* 2023

Sumber : Jawapos.com

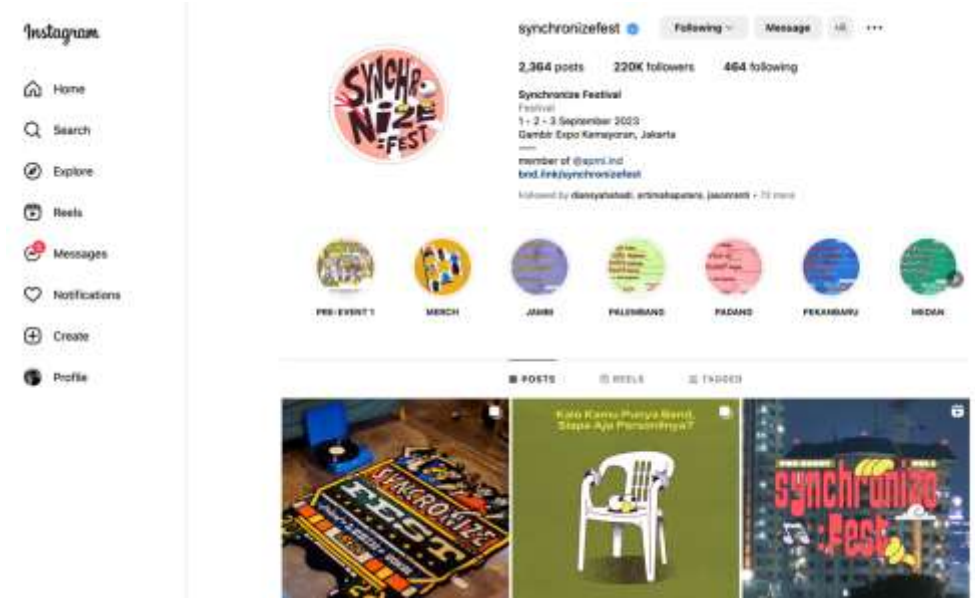
Synchronize Festival mencakup semua genre musik populer mulai dari genre pop, R&B, rock & roll, blues, folk, jazz, punk, heavy metal, rap, reggae, ska atau hardcore, metal core, death metal, grindcore, industrial rock, wave music, musik indie pop, rock/grunge alternatif, bossa nova, komedi bahkan dangdut dihadirkan dalam Synchronize Festival. Selain ratusan pertunjukan musik, Synchronize Festival juga menawarkan banyak pengalaman kurasi lainnya kepada penonton seperti bioskop luar ruangan, pasar seni dan perdagangan, pameran

Sumber : *Synchronize Festival*

Pada tahun 2023 *Synchronize Festival* Kembali menggelar konser offline nya, *Synchronize* menggelar nya di Jiexpo Jakarta selama 3 hari dengan 6 panggung dan lebih dari 100 penampil dari berbagai genre, dengan tajuk "Bhinneka Tunggal Musik".

Lebih dari 25.000 penonton per-hari nya memadati jiexpo kemayoran, banyaknya penonton yang hadir juga buah dari kesuksesan demajors sebagai promotor dalam acara ini, mereka menggunakan berbgai strategi termasuk Strategi Komunikasi yang ingin saya teliti.

Gambar 1.3 Instagram Synchronize Festival



https://www.instagram.com/synchronizefest/

Synchronize Fest juga melakukan salah satu Strategi Komunikasi melalui media sosial, dari media sosial ini Synchronize Fest bisa memberi informasi tentang festival nya sendiri, program yang ada di *Synchronize fest* dan juga bisa berjualan tiket.

Alasan peneliti memilih *Synchronize Festival* sebagai Objek Penelitian karena menurut peneliti *Synchronize* adalah salah satu pioneer Festival anak muda dengan lineup music lokal berkualitas, dan juga *Synchronize Festival* secara keseluruhan telah sukses secara teknis penyelengaraan festival.

Dari penjelasan sebelumnya Peneliti mempunyai ketertarikan untuk meneliti Strategi Komunikasi *Synchronize Festival* dalam menyukseskan Festival ini dan mengkomunikasikan musik lokal Indonesia kepada masyarakat.

1.2 Fokus Penelitian / Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini akan berfokus pada " Strategi Komunikasi Pemasaran *Demajors Records* Sebagai Promotor *Synchronize Festival*"

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas maka peneliti akan Menyusun pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran melalui *Public Relations* yang dilakukan *Demajors Records* sebagai promotor *Synchronize Festival.*
2. Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran melalui *Advertising* yang dilakukan *Demajors Records* sebagai promotor *Synchronize Festival.*
3. Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran melalui *Word of Mouth* yang dilakukan *Demajors Records* sebagai promotor *Synchronize Festival.*
4. Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran melalui *Event and Experiences* yang dilakukan *Demajors Records* sebagai promotor *Synchronize Festival.*

1.3Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran melalui *Public Relations* yang dilakukan *Demajors Records* sebagai promotor *Synchronize Festival.*
2. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran melalui *Advertising* yang dilakukan *Demajors Records* sebagai promotor *Synchronize Festival.*
3. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran melalui *Word of Mouth* yang dilakukan *Demajors Records* sebagai promotor *Synchronize Festival.*

4. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran melalui *Event and Experiences* yang dilakukan *Demajors Records* sebagai promotor *Synchronize Festival.*

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengharapkan banyak manfaat yang bisa diambil dan dapat berguna untuk promotor lain atau masyarakat yang ingin membuat festival music lokal.

1.3.2.1 Kegunaan Secara Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini adalah

1. Guna untuk menjadikan referensi atau motivasi penelitian sejenis sehingga dapat menunjang perkembangan intelektualitas sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan pada saat ini.
2. Dapat bermanfaat bagi masyarakat atau promotor yang tertarik membuat festival musik yang bagus secara keseluruhan
3. Dapat memberikan manfaat keilmuan dalam kajian Ilmu Komunikasi terutama Strategi Komunikasi.

1.3.2.2 Kegunaan secara praktis

1. **Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi para pembaca, peneliti dan akademisi yang akan mengembangkan penelitian ini lebih lanjut.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan berguna bagi penelitian ini juga bisa menjadi edukasi untuk masyarakat terkait masalah strategi komunikasi dalam festival musik. Selain itu juga diharapkan mahasiswa Universitas Pasundan Bandung dapat mengembangkan dan meneliti terkait Festival musik.