

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Penciptaan Karya

*Public Relations* atau makna yang sederhana yaitu hubungan yang terjadi antara kelompok dengan kelompok dalam suatu tatanan masyarakat. Menurut para profesional di bidang *Public Relations*, ialah bagaimana membangun manajemen yang baik dari berbagai hubungan antara suatu lembaga dengan publiknya. Keberhasilan *Public Relations* dilihat dalam membangun citra yang baik kepada masyarakat dan berusaha menarik minat dan simpatik masyarakat kepada suatu organisasi, perusahaan, atau *event*. Jika elemen tersebut berjalan dengan baik, merupakan hasil dari *Public Relations* yang dijalankan dengan baik.

*Event* merupakan suatu kegiatan atau agenda yang menampilkan atau menunjukkan hal-hal penting, yang diselenggarakan pada waktu yang sudah ditentukan dengan tujuan untuk menarik minat masyarakat yang akan datang. *Event* sudah melekat dan menjadi bagian dari masyarakat dan terus bertumbuh dan berkembang seiring perubahan zaman untuk merayakan momen penting dalam kehidupan masyarakat. Beragam *event* yang sudah pernah terjadi, menarik minat masyarakat salah satunya *event* musik.

Manusia merupakan makhluk sosial, artinya manusia dalam hidupnya memerlukan interaksi dengan manusia lainnya. Setiap manusia dalam dirinya ada sebuah dorongan untuk berinteraksi, dengan adanya interaksi sehingga tercapailah keinginan yang diinginkan. Interaksi membuat manusia dapat menuangkan berbagi pikiran, gagasan, serta pengalaman yang dimiliki, begitu juga dengan hal bermusik. Seseorang bisa memberikan kreativitas dalam bermusik secara berkelompok baik dari hal menulis lagu, menciptakan aransemen, serta komunikasi untuk menghasilkan nada yang indah. Musik sudah ada dari masa ke masa di setiap budaya dan generasi.

Musik merupakan media dalam pengungkapan perasaan seseorang yang dituangkan dalam syair atau lirik lagu. Musik sangat beragam dan merupakan hal berharga yang turun menurun hingga saat ini. Musik mempunyai beberapa aliran atau genre yang merupakan ciri khas atau karakteristik dari musik itu sendiri. Produksi musik telah berkembang dan menghasilkan beragam aliran atau genre yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Beragam aliran musik seperti *Pop*, *Jaz*, *Rock*, *Blues*, dan sebagainya memiliki ciri khas masing-masing.

Seseorang bisa mengungkapkan perasaan lewat musik. Melalui lagu yang didengarkan, seseorang bisa mengungkapkan apa yang sedang dirasakan, begitu juga dengan bernyanyi, seseorang bisa menyampaikan apa yang dirasakan melalui lagu yang dinyanyikan. Melalui alat musik yang dimainkan, seseorang juga dapat menyampaikan perasaannya. Musik tercipta karena adanya pencipta dari musik itu sendiri (1), pelaksana atau orang yang menginterpretasikan musik (2), dan pendengar atau penyaji musik (3). Saat ini penulis berfokus pada grup musik atau musik band, dimana musik band adalah grup yang terdiri dari vokalis dan pemain alat musik.

Perkembangan musik band di Indonesia menciptakan banyaknya band musik seperti, Kahitna, KLa Project, Dewa-19, Slank, dan lainnya yang sudah ada sejak lama. Kalangan Generasi Z juga menghadirkan grup musik yang beragam. Kahitna menjadi salah satu band yang terkenal di kalangan Milenial dengan banyaknya lagu yang dibawakan. Generasi Z juga menciptakan banyaknya grup musik yang membawakan lagu-lagu dengan aransemen dan aliran musik yang beragam. Banyaknya grup musik saat ini menambah minat masyarakat dalam mendengarkan musik dan membawakan musik itu sendiri. Munculnya band Hindia dengan aliran *Indie Rock*, band Juicy Luicy dengan aliran *Pop*, dan band lainnya saat ini, menciptakan ciri khas tersendiri bagi penikmatnya.

Banyaknya grup musik atau band di kalangan Generasi Z, menambah antusias penggemar musik untuk mendengarkan lagu-lagu yang

dihasilkan dari grup band saat ini. Band yang terdiri dari vokalis yang akan bernyanyi dan juga ada yang dapat mengaransemen atau menciptakan sebuah lagu, pemain gitar, pemain bass, pemain *saxophone*, pemain *keyboard*, dan sebagainya. Banyak lagu-lagu yang sudah diberikan untuk musik Indonesia yang dikemas dengan semenarik mungkin mulai dari lirik lagu hingga aransemen musik yang diciptakan. Saat ini muncul band-band baru dari Generasi Z yang terinspirasi dari grup musik lawas di Indonesia. Grup band atau musik band dilakukan secara bersamaan, itu artinya dalam sebuah grup band, harus dapat mengerti hal yang diinginkan satu sama lain sehingga terjadi sebuah karya lagu yang dapat dinikmati oleh masyarakat.

Munculnya grup musik saat ini, membuat penulis sebagai Pengorganisasian *Event (Processing)* menyelenggarakan kompetisi musik band dengan tujuan untuk mendorong semangat dan kreatifitas Generasi Z khususnya yang menyukai dunia musik. Menurut penulis sebagai Pengorganisasian *Event (Processing)*, Generasi Z dapat mengekspresikan atau menyuarakan perasaan mereka melalui aransemen grup musik sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat. **Stage Breakers** diciptakan oleh penulis. **Stage** berarti panggung dan **Breakers** artinya pemecah, dengan sub tema : *Break Boundaries With Our Voice*, penulis mengartikan bahwa grup musik dapat memecahkan batasan dalam bermusik melalui musik dalam hal ini aransemen lagu yang diciptakan dalam grup musik. Penulis ingin mengajak Generasi Z yang menyukai musik, mengikuti kompetisi musik band *Stage Breakers: Break Boundaries With Our Voice-2025*. “*Break Boundaries With Our Voice*” merupakan tema yang diartikan sebagai semangat inovasi, keberanian berekspresi, serta kompetisi yang sehat di dunia musik.

Radio Republik Indonesia (RRI) menyatakan Generasi Z telah membuktikan diri sebagai pelaku utama dalam dunia musik. Saat ini kita tumbuh dalam era digital yang dapat diakses dengan cepat dan mudah. Generasi Z mampu beradaptasi dan mempopulerkan musik dengan kreatif dan unik, maka dari itu penulis ingin Generasi Z bisa mengikuti kompetisi band *Stage Breakers*. *Stage Breakers: Break Boundaries With Our Voice-*

2025 merupakan kompetisi band yang didalamnya peserta akan ditantang untuk dapat membawakan lagu-lagu yang sudah populer dengan berbagai aliran (*genre*) dan dibuat dengan aransemen grup musik (peserta) itu sendiri. Penulis meyakini bahwa banyak Generasi Z yang dapat membawakan lagu dengan menciptakan aransemen yang menarik sehingga memberi kesan yang baik kepada pendengarnya.

Di sisi lain, musik band juga memberikan kesan tersendiri bagi penikmatnya. musik band memberikan sentuhan musik yang unik dengan aransemen tersendiri membuat siapa saja yang mendengar akan ikut dalam lantunan musik yang dibawakan. Kompetisi musik band juga menambah antusias para penikmat musik terutama musik band dan juga membangun semangat berkeaktivitas dalam bidang musik khususnya musik band. Mengingat sudah sejak dulu munculnya musik band dengan lagu-lagu indah yang dibawakan, tim penulis yakin bahwa masyarakat Generasi Z yang menyukai musik band dapat berkreasi melalui musik sehingga yang mendengarkan dapat menikmati.

*Stage Breakers* mempunyai logo dengan 4 (empat) warna di dalamnya. Warna dasar hitam dengan list berwarna *cream* menjadi latar area untuk menunjukkan karya bermusik dan terdapat tulisan SB dengan latar berwarna merah yang berarti *Stage Breakers* dan terdapat gambar petir yang berarti memecahkan. Terdapat juga gambar not balok dan siluet dua orang sedang memainkan alat musik ditambah dengan 2 (dua) mikrofon yang menandakan karakteristik dari grup band yaitu vokalis & pemain musik. Pada bagian bawah terdapat tulisan *Break Boundaries With Our Voice*, yang menunjukkan keberanian (warna merah) untuk memecahkan batasan lewat karya yang diciptakan yaitu bermusik.

Gambar 1.1 Logo Stage Breakers



Sumber: Olahan Penulis

Dalam perencanaan *event*, konsep *Stage Breakers* bukan hanya menjadi kompetisi band tetapi ditambahkan sedikit sentuhan seperti acara konser musik. Penulis ingin *Stage Breakers* dapat dinikmati untuk mendengarkan musik sekaligus hiburan bagi masyarakat yang akan datang. *Stage Breakers* menghadirkan para peserta grup musik, dan juga menampilkan *guest star* yang turut memeriahkan *Stage Breakers 2025*. Penulis sebagai Pengorganisasian *Event (Processing)* juga akan bekerja sama dengan instansi-instansi untuk ikut memeriahkan acara *Stage Breakers* sebagai *sponsorship*. Penulis membuat acara kompetisi musik band *Stage Breakers* juga sebagai hasil Skripsi Karya untuk pemenuhan tugas akhir mahasiswa.

## 1.2 Rumusan Penciptaan Karya

Menurut latar belakang yang telah diuraikan, rumusan penciptaan karya dalam ajang kompetisi musik band yang akan dilakukan yaitu :

1. Bagaimana *Stage Breakers: Break Boundaries With Our Voice-2025* mengembangkan informasi yang menarik untuk mengajak Generasi Z dalam mengikuti ajang kompetisi band.
2. Bagaimana pengelolaan *event management Stage Breakers: Break Boundaries With Our Voice-2025* dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan/instansi yang akan menjadi *sponsor* acara.
3. Bagaimana penulis sebagai Pengorganisasian *Event (Processing)* mengelola pengorganisasian dalam merancang *event Stage Breakers: Break Boundaries With Our Voice-2025*

### 1.3 Tujuan Penciptaan Karya

Seluruh karya yang dirancang untuk dapat menyelenggarakan ajang kompetisi band musik mempunyai tujuan, sebagai berikut :

- a. Kompetisi Band *Stage Breakers: Break Boundaries With Our Voice-2025* ini bertujuan untuk merealisasikan program skripsi karya sebagai pemenuhan kewajiban tugas akhir kelulusan.
- b. Kompetisi Band *Stage Breakers: Break Boundaries With Our Voice-2025* ini bertujuan untuk menumbuhkan semangat bermusik grup di Generasi Z.
- c. Kompetisi Band *Stage Breakers: Break Boundaries With Our Voice-2025* ini bertujuan untuk menciptakan daya tarik masyarakat dalam bermusik.
- d. Kompetisi Band *Stage Breakers: Break Boundaries With Our Voice-2025* ini bertujuan untuk mempromosikan Perusahaan yang bekerja sama dengan kompetisi musik band *Stage Breakers*.

## **1.4 Manfaat Penciptaan Karya**

### **1.4.1 Manfaat Umum**

Manfaat yang diperoleh masyarakat yaitu, dapat menikmati musik dalam karya ini, juga dapat menarik minat masyarakat dalam bermusik dan melatih kreatifitas Generasi Z dalam menjadi pelaku seni itu sendiri.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat yang akan diperoleh bagi perusahaan yang menjadi *sponsor* adalah peningkatan citra melalui kerjasama pada kompetisi band musik untuk dapat menarik minat masyarakat untuk bekerja sama dengan perusahaan untuk membuat acara-acara musik atau acara besar lain nantinya dan meningkatkan *brand awareness* bagi perusahaan.

### **1.4.3 Manfaat Akademis**

Manfaat akademis bagi penulis dapat menambah pengetahuan dan pemahaman serta mengimplementasikan mata kuliah *Event Management* yang pernah diberikan oleh dosen. Karya ini juga dapat menjadi media referensi bagi mahasiswa yang nantinya akan memilih skripsi karya *Event Management* khususnya acara musik.

## **1.5 Tinjauan Pustaka**

### **1.5.1 *Event Management***

*Event Management* dapat diartikan sebagai pengorganisasian sebuah kegiatan yang dikelola secara profesional, sistematis, efisien, dan efektif. *Event Management* meliputi konsep perencanaan, pelaksanaan, sampai dengan pengawasan sebuah acara. Dalam *Event Management* diperlukan kerja keras, serta keselarasan visi dan misi untuk menghasilkan sebuah kegiatan yang sesuai dengan harapan. Menyelenggarakan *event* merupakan bentuk kegiatan yang bertujuan untuk menunjang kegiatan *Public Relations* (PR) untuk dapat menciptakan citra positif perusahaan bagi internal/eksternal *stakeholder*. *Event Management* adalah bagaimana

sekelompok manusia membangun sebuah acara dikemas dengan kreativitas untuk keberhasilan sebuah acara.

Menurut Goldblatt (Alfarizi, 2024), terdapat lima langkah untuk menghasilkan sebuah *event* yang efektif dan efisien, yaitu tahapan riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi. Melihat dari tahapan-tahapan tersebut, penulis mengekrucutkan dalam karya yang akan dibuat yakni, *Planner* (Perencanaan *Event*), *Processing* (Pengorganisasian *Event*), dan *Implementing* (Pelaksana *Event*). Prinsip yang dilakukan dalam membuat *event* atau acara (5W + 1 H):

1. *What* : Apa bentuk acara itu
2. *When* : Kapan acara dilaksanakan
3. *Why* : Alasan acara itu dibentuk
4. *Where* : Dimana acara akan dilaksanakan
5. *Who* : Siapa saja yang akan terlibat dalam acara tersebut
6. *How* : Bagaimana acara tersebut dapat berjalan

### 1.5.2 *Public Relations*

*Public Relations* merupakan sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik di dalam maupun di luar organisasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan-tujuan yang dilandaskan pada saling pengertian (Frank Jefkins, 2018). Penulis sebagai Pengorganisasian *Event* (*Processing*) menyimpulkan bahwa *Public Relations* adalah fungsi manajemen untuk menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal dalam hal ini perusahaan yang akan menjadi sponsor acara *Stage Breakers*, dengan bekerja sama, saling mendukung, dan menguntungkan bagi perusahaan dan internal *Stage Breakers*. *Public Relations* (PR) menekankan pada aspek untuk mencapai pemahaman, niat baik, dan citra baik antara Perusahaan dengan internal.

Edward L. Berneys (Muharram, 2023, p. 1) menyatakan bahwa *Public Relations* (PR) mempunyai tiga pengertian (1) Memberikan informasi kepada publik, (2) *Public Relations* adalah falsafah pada tatanan

kebijaksanaan, (3) *Public Relations* merupakan komunikasi yang dilakukan 2 arah yang dapat menunjang keberhasilan suatu kebijakan dengan menjelaskan informasi dan mempertahankan komunikasi yang baik. *Public Relations* (PR) juga melekat dengan membangun citra atau reputasi. Pembangunan citra baik positif maupun citra negatif melekat pada *Public Relations* (PR), citra atau reputasi dapat diartikan sebagai suatu kepercayaan atau nilai kepada suatu perusahaan.

### 1.5.3 Karya Terdahulu

Karya terdahulu atau sebelumnya digunakan penulis sebagai landasan dalam melaksanakan kegiatan *event Stage Breakers*. Penulis sudah melaksanakan beberapa event musik yang dapat digunakan sebagai acuan dalam melaksanakan *event Stage Breakers*.

#### 1. *Social Stereo*

*Social Stereo* adalah bentuk pengaplikasi *Event Management* yang dibangun oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021. *Social Stereo* adalah *event* kompetisi solo vokal yang diikuti oleh mahasiswa JaBoDeTaBek. Penulis terlibat langsung dalam kepanitiaan sebagai humas untuk berkoordinasi dengan pihak eksternal yaitu peserta dan *media partner*. Dalam pengorganisasiannya, *Social Stereo* bekerja sama dengan perusahaan Djarum *Super Music* sebagai sponsor acara. Penulis melihat kesesuaian dengan *event* yang akan dibuat yaitu kerja sama dengan perusahaan sebagai sponsor acara. Dalam pengorganisasiannya juga, diperlukan konsep pembentukan kepanitiaan yang berfungsi untuk memetakan tugas masing-masing. Pembuatan proposal dalam acara *Social Stereo* dilakukan sebagai bentuk permohonan Kerjasama perusahaan yang akan memberikan *fresh money* sebagai bentuk dukungan. Penulis menjadikan *event Social Stereo* dalam komunikasi dengan pihak eksternal untuk bekerja sama dengan *event Stage Breakers*. Penulis membuat *event* kompetisi band dan mengikuti konsep seperti *Social Stereo* dalam konsep alat musik sebagai penunjang penampilan

peserta. Dalam pengelolaannya, penulis tidak lagi membuat solo vokal tetapi membuat kompetisi band. Dalam pengorganisasiannya, penulis menjadikan acuan bagaimana pengelolaan *event management* yang baik dari awal perencanaan hingga keberhasilan *event Social Stereo*.

## **2. Portalion 2.0 *The Return of The Champion***

Portalion 2.0 *The Return of The Champion* adalah acara yang dibentuk oleh pemuda pemudi gereja HKBP Suprpto. Portalion adalah program yang dilaksanakan dalam rangka Parheheon Remaja Naposobulung HKBP LetJend Suprpto. Portalion sudah dilaksanakan sebelumnya pada tahun 2017, Portalion 2.0 dilaksanakan pada tahun 2023. Portalion 2.0 adalah ajang kompetisi yang mencakup, kerohanian, olahraga, dan musik. Acara musik yang dilakukan yaitu, kompetisi band yang dilakukan antar pemuda pemudi gereja. Penulis sebagai tim acara yang bertanggung jawab untuk membuat konsep acara sehingga dapat terlaksana dengan baik. Dalam konsep Stage Breakers, penulis membuat kompetisi band yang bisa diikuti oleh masyarakat di area Jakarta dan sekitarnya. Pada konsep Stage Breakers, penulis membuat konsep yang sama dalam pembuatan proposal dan dalam kerja sama dengan vendor yang dicari melalui media sosial. Penulis sebagai Pengorganiasian *Event (Processing)* tidak membuat banyak perlombaan tetapi hanya mengambil konsep perlombaan band dan dipakai dalam *Stage Breakers 2025*.