

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Event merupakan salah satu kegiatan dari sekian banyak kegiatan seorang *Public Relations* yang dapat menarik perhatian publik khususnya pada segmen perusahaan maupun instansi pemerintahan. Sebuah *event* yang baik tentunya perlu persiapan yang matang serta berbeda dari yang pernah ada agar tujuan dari *event* tersebut dapat tercapai. Karena tujuan utama dari *event* tersebut adalah menarik publik, baik publik loyal maupun publik baru. Jika tidak dipersiapkan dengan maksimal, *event* tersebut hanya akan menghabiskan biaya, oleh karena itu seorang *Public Relations* harus mampu mendorong dan menggerakkan seluruh anggota tim untuk dapat bekerja sama agar tujuan dari *event* tersebut tercapai. Seorang *Public Relations* juga harus memiliki pengetahuan perihal *event* apa yang baik serta berkesan untuk publiknya.

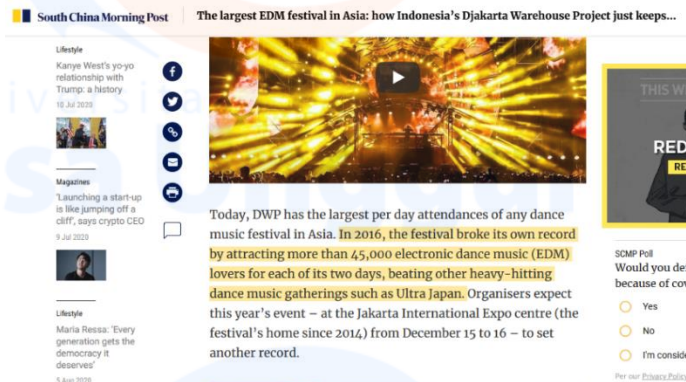
Event yang sedang berkembang pesat pada era millenials saat ini adalah Festival Musik. Hal ini terjadi seiring dengan banyak promotor yang membuat sebuah Festival Musik dengan menghadirkan pemusik-pemusik internasional yang memiliki banyak penggemar di Indonesia sehingga dapat menarik minat masyarakat. Festival Musik sudah menjadi hiburan yang kian digemari oleh masyarakat, khususya penikmat musik. Maraknya Festival Musik di Indonesia sudah pasti terus berkembang seiring berjalannya waktu dengan kemunculan Festival Musik baru yang turut menyediakan tempat, baik bagi musisi lokal maupun internasional untuk tampil di hadapan penggemarnya. Tidak hanya menampilkan musisi bertalenta, tak jarang sebuah Festival Musik menyajikan pengalaman yang berbeda dalam mengunjungi Festival Musik. Dengan keadaan seperti ini, tentu memberikan dampak yang begitu besar bagi industri di Indonesia, khususnya industri musik.

Salah satu Festival Musik yang cukup banyak diminati khususnya anak muda di Indonesia, yakni *Djakarta Warehouse Project* atau biasa disebut DWP. *Djakarta Warehouse Project* atau DWP adalah sebuah Festival Musik tahunan terbesar di Indonesia. Musik yang dihadirkan bergenre EDM atau *Electronic Dance Music*. Awal mula DWP adalah *Blowfish Warehouse Project* pada tahun 2008. *Event* ini diselenggarakan di sebuah klub malam di Jakarta yakni Blowfish. Konsepnya pada saat itu adalah *indoor music festival*. Sebanyak 5000 pengunjung menikmati lantunan EDM pada *event* tersebut. Kemudian pada 2009, pihak penyelenggara mengubah namanya menjadi *Djakarta Warehouse Project*. Dan pada 2010, pihak penyelenggara juga mengubah konsepnya menjadi *outdoor music festival* dan diselenggarakan di Pantai Karnaval Ancol. DWP kerap kali menghadirkan lineup artis-artis EDM Internasional maupun Lokal. Sebut saja Calvin Harris, Skrillex, Martin Garrix, Tiesto, DJ Snake, ZEDD pernah tampil mengisi acara di *Djakarta Warehouse Project*.

Dan DWP dapat dikatakan merupakan sebuah Festival Musik *EDM* terbesar se-Asia Tenggara, hal ini didukung oleh sebuah artikel dari media internasional, South China Morning Post. Tak tanggung-tanggung jumlah penonton dalam *event* tersebut mencapai puluhan ribu penonton. Dilansir Tirto.id, DWP disebut-sebut mendulang devisa negara lebih dari 200 miliar. Pada 2014 lalu, DWP berhasil memborong sebanyak 70.000 penonton. Kemudian di tahun 2016, DWP kembali diadakan di Ji-Expo Kemayoran, *event* tersebut berhasil memborong 20.000 penonton dari 39 negara. Dilansir dari South China Morning Post, pada 2016 *Event Jakarta Warehouse Project* menembus angka 45 ribu pengunjung dalam 1 hari.



Gambar 1.1 Infografis Tirto.id
(Sumber: Tirto.id)



Gambar 1.2 Artikel South China Morning Post
(Sumber: SCMP.com)

Namun perjalanan DWP tak semulus yang diharapkan. DWP sempat menuai pro dan kontra terkait mengapa *event* tersebut terus diadakan. Beberapa organisasi masyarakat yang melakukan kecaman hingga penolakan, mereka menilai bahwa *event* tersebut melanggar kode etik. Berbanding terbalik dengan pemerintah, *event* tahunan tersebut justru didukung penuh oleh Pemprov DKI Jakarta, Anies Baswedan. Dilansir dari artikel wowkeren.com, pada 2017 lalu *event* DWP menyumbang pajak mencapai 10M. Pendapat

tersebut juga didukung oleh PLT Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Karna *event* tersebut rutin setiap tahun diadakan, DWP memiliki julukan sebagai “*Hari Raya Para Partygoers*”.

Pada tahun 2018, DWP diselenggarakan di tempat yang berbeda, yakni di Garuda Wisnu Kencana (GWK) Pulau Dewata Bali. Pindahnya venue dikarenakan untuk merayakan momentum edisi ke 10 festival tersebut diadakan. Dan saat itu DWP berubah nama menjadi DWP-X. Dalam edisi ke-10 DWP diadakan, tak main-main DWP menghadirkan Special Performance dari The Weeknd. Seperti yang kita ketahui, The Weeknd merupakan seorang penyanyi sekaligus produser musik asal Kanada yang setiap debutnya selalu meledak di pasaran. Bahkan The Weeknd berhasil memenangkan 80 penghargaan dari 200 nominasi yang dibawakan. Dilansir dari laman Billboard, pada 2018 The Weeknd juga berhasil memenangkan Grammy Awards dengan kategori Best Urban Contemporary Album.

Event tersebut sangat menarik dan ditunggu-tunggu setiap tahunnya. Bukan hanya dari Indonesia, tetapi semua *partygoers* diseluruh negara di Asia selalu memenuhi DWP. DWP memiliki keunikan tersendiri yakni konsep dari *event* tersebut mengangkat kebudayaan dan ciri khas dari Bangsa Indonesia. Contohnya pada Main Stage atau Panggung utama nya dinamakan *Garuda Land*. Desain panggung tersebut memiliki simbol Burung Garuda atau kerap disebut Garuda Bot yang menjulang tinggi pada bagian atas panggung yang mana menjadi lambang negara Indonesia. Selain itu, keistimewahan lain dari *event* tersebut yakni sebagai pembuka *Djakarta Warehouse Project* juga menampilkan Tarian Tradisional. Kemudian pengisi acara yang beragam setiap harinya. Mulai dari musisi EDM dalam negeri hingga luar negeri ikut memeriahkan event tahunan tersebut. Dan acara tersebut diselenggarakan mencapai 3 hari dengan 3 stage berbeda.

Kemudian tata panggung yang megah, lighting yang berkilau, serta pesta kembang api yang akan membuat pengalaman tersendiri bagi setiap pengunjung yang hadir. Tak hanya sampai disitu, keunikan lain yang ada di DWP adalah setiap tahun nya selalu menghadirkan pengisi acara yang hits. *Djakarta Warehouse Project* diselenggarakan oleh *ISMAYA LIVE*. *ISMAYA LIVE* merupakan sebuah *event organizer* atau promotor besar di Indonesia dan bergerak dibawah naungan *ISMAYA Group*. *ISMAYA Group* sendiri merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang hospitality yang membawahi beberapa restoran, bar, katering, serta event organizer. *ISMAYA LIVE* pertama kali didirikan pada 2011. Pernah memecahkan rekor dan menetapkan parameter baru dalam *live event industry* dengan festival seperti *Djakarta Warehouse Project* yang kini menjadi Festival Dance Music terbesar di Asia. Tidak hanya itu, *ISMAYA LIVE* juga pernah menyelenggarakan konser musik bintang papan atas dunia, sebut saja Katy Perry, One Direction, John Legend, dan HONNE pernah dibawa *ISMAYA Live* untuk menggelar konser di Indonesia.

Musik EDM lebih dominan menggunakan instrumen elektronik, baik dalam pembuatan lagu, maupun memainkan lagu. Alat-alat tersebut berupa *controller*, *mixer*,

*recorder, keyboard, dan sebagainya. Dengan proses pembuatan yang pas, berbagai macam beat dan instrumen yang digunakan sebagai sumber mixing akan menghasilkan nada-nada yang enak didengar di telinga. EDM sendiri sudah memiliki banyak penggemar fanatik. Biasanya, penggemar setianya berusia belasan, hingga 40-an tahun. Mereka biasanya menikmati musik EDM di berbagai tempat, seperti sekolah, kantor, gym, acara ulang tahun, dan lain-lain. Musik EDM biasanya memiliki tempo yang cepat, sehingga dapat membuat para pendengarnya lebih bersemangat untuk beraktivitas. Karena banyaknya animo *Partygoers*, banyak promotor konser di berbagai belahan dunia membuat konser atau festival musik, salah satunya *ISMAYA LIVE* yang menyelenggarakan acara bertajuk *Djakarta Warehouse Project* untuk para *Partygoers*. Istilah keren bagi pesta, konser, atau festival musik EDM biasa disebut dengan *Rave Party*.*

Partygoers juga kerap kali dipandang negatif oleh sebagian orang, banyak yang berpikir bahwa para *Partygoers* adalah orang yang suka mabuk-mabukan dan lain sebagainya. Padahal menikmati musik bergenre EDM dibuat untuk berbagi kegembiraan dengan berdansa bersama-sama, bukan melakukan penyimpangan, seperti mabuk-mabukkan, overdosis, dan lain-lain. Dan tujuan dari Festival Musik EDM bukanlah ajang untuk melakukan hal-hal negatif, melainkan ajang untuk mengakrabkan satu sama lain, mempersatukan para *partygoers* dan berbagi kegembiraan dan keceriaan bersama dengan cara berdansa dan berjoget bersama sama, tanpa memandang latar belakang suku, agama, ras, dan warna kulit. Orang yang suka datang ke acara musik EDM memiliki sebutan keren yakni, *Partygoers*. Guna mempublikasikan *event* yang diselenggarakannya, *Ismaya Live* memiliki berbagai akun Media Sosial, salah satunya Instagram. Hingga saat ini akun Instagram *Ismaya Live* sudah memiliki jumlah pengikut lebih dari 225.000. Dan melalui *event Djakarta Warehouse Project*, para *Partygoers* diharapkan dapat menikmati langsung alunan musik yang mereka sukai.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar Pengaruh Pemenuhan Karakteristik *Event Djakarta Warehouse Project* terhadap Minat Berkunjung *followers* akun Instagram *Ismaya Live*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan peneliti diatas, maka penelitian ini memfokuskan kepada sebuah pertanyaan sebagai berikut:

“Sejauh mana Pengaruh Pemenuhan Karakteristik *Event Djakarta Warehouse Project* terhadap Minat Berkunjung *Followers* Akun Instagram *Ismaya Live*?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh Pemenuhan Karakteristik *Event Djakarta Warehouse Project* yang diselenggarakan oleh *Ismaya Live*.
2. Untuk mengukur sejauh mana Pengaruh Pemenuhan Karakteristik *Event Djakarta Warehouse Project* terhadap Minat Berkunjung *Followers Akun Instagram Ismaya Live*.