

**PERAN PROMOTOR MUSIK DALAM MENGGONSTRUK ISU LINGKUNGAN
PADA EVENT MUSIK
(Studi pada Synchronize Festival 2019)**



NASKAH PUBLIKASI

**Disarikan dari Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas
Islam Indonesia**

Oleh:

Reza Fahmi Priyadi

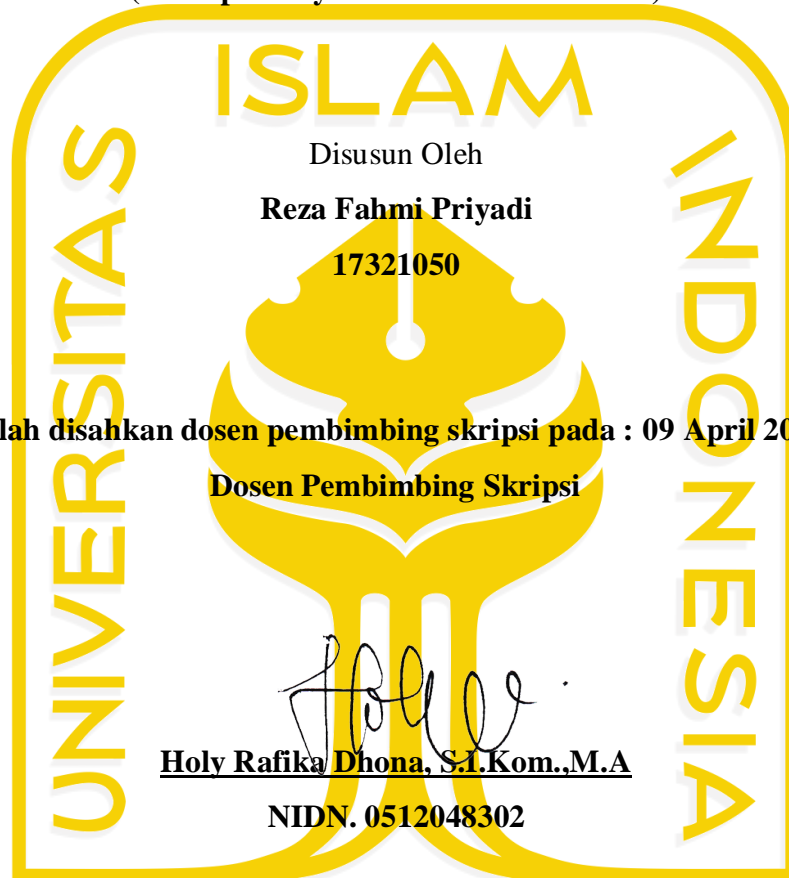
17321050

Holy Rafika Dhona, S.I.Kom.,M.A

NIDN. 0512048302

NASKAH PUBLIKASI

**PERAN PROMOTOR MUSIK DALAM MENGONSTRUK ISU LINGKUNGAN
PADA EVENT MUSIK
(Studi pada Synchronize Festival 2019)**



Disusun Oleh

Reza Fahmi Priyadi

17321050

Telah disahkan dosen pembimbing skripsi pada : 09 April 2022

Dosen Pembimbing Skripsi

Holy Rafika Dhona, S.I.Kom.,M.A

NIDN. 0512048302

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0529098201

**PERAN PROMOTOR MUSIK DALAM MENINGKONSTRUK ISU LINGKUNGAN
PADA EVENT MUSIK
(Studi pada Synchronize Festival 2019)**

Reza Fahmi Priyadi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya,
Universitas Islam Indonesia. Jln Kaliurang KM 14,5, Sleman, Daerah Istimewa
Yogyakarta 55584
17321050@students.uii.ac.id (0895337215572)

Holy Rafika Dhona

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya,
Universitas Islam Indonesia. Jln Kaliurang KM 14,5, Sleman, Daerah Istimewa
Yogyakarta 55584
holy.rafika@uui.ac.id (081393281819)

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran promotor musik dalam mengkonstruksi isu lingkungan pada event musik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan data yaitu dengan wawancara mendalam pada informan yang terdiri dari Perwakilan Label Musik Demajors, Konseptor Kiki Aulia Ucup, Promotor Dyandra Promosindo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga objek tersebut menunjukkan bahwa isu lingkungan tidak menjadi komoditas dalam penyelenggaraannya. Promotor, Konseptor, juga Label musik berporos pada gerakan Green Movement dengan empat pilarnya yaitu Internal Change Behaviour, Waste Management, Bring Your Own Tumblr, dan Bike to Synchronize. Promotor dari penyelenggaraan Synchronize Fest 2019 mengkonstruksi isu lingkungan sebagai suatu hal yang memiliki tingkat urgensi tinggi, yang apabila hal tersebut tidak dibenahi dengan sesegera mungkin maka akan menimbulkan permasalahan lainnya yang berdampak pada lingkungan kita. Dalam penyelenggaraan festival Synchronize ini terjadi perubahan yang signifikan dengan menurunnya jumlah timbulan sampah dengan beberapa penerapan aspek yang mendorong masyarakat untuk meminimalisir produksi sampah itu sendiri.

Kata Kunci : Encoding; Promotor Musik; Konseptor; Label Musik; Synchronize Fest 2019

Abstract: This study aims to determine the role of music promoters in constructing environmental issues at music events. This study used a qualitative descriptive method with data collection techniques, namely by in-depth interviews with informants consisting of Representatives of the Demajors Music Label, Conceptor Kiki Aulia Ucup, Promoter Dyandra Promosindo. The results of the study indicate that the three objects indicate that environmental issues are not a commodity in their implementation. Promoters, Conceptors, as well as music labels pivot on the Green Movement movement with four pillars, namely Internal Change Behavior, Waste Management, Bring Your Own Tumblr, and Bike to Synchronize. The promoter of the 2019 Synchronize Fest constructs environmental issues as something that has a high level of urgency, which if this is not addressed with the possibility it will cause other problems that have an impact on our environment. In organizing the Synchronize festival, there was a significant change with the decrease in the amount of waste generated by implementing several aspects that encourage the community to minimize the production of waste itself

Keywords :Encoding; Music Promoter; Conceptor; Music Labels; Synchronize Fest 2019

PENDAHULUAN

Penyelenggara serta pelaku industri kreatif adalah sebagian besar dari terwujudnya kebiasaan untuk lebih peduli, mawas diri, dan peka pada lingkungan. Tanpa disadari perilaku tersebut mempengaruhi orang lain di sekitarnya karena terkonstruksi informasi serta aturan main pada event-event yang diselenggarakan. Musik dan promotor event dalam kegiatannya merupakan sebuah medium yang dapat menjadi pemantik dari sebuah perubahan. Setiawan, Erie (2014) “Budaya populer menciptakan apa yang disebut selera, selera ini akan bisa dipetakan lagi ke berbagai macam lapis” kemudian ia menambahkan bahwa “ menurut ahli sosiologi, selera akan musik sangat bergantung kepada kelas sosial, dari tingkat akal-budi manusia, dan dari lingkungan dimana suatu komunitas bertumbuh untuk menemukan dialektikannya sendiri”.

“Pertumbuhan industri musik sejak era 1960-an otomatis memunculkan kebutuhan akan informasi musik dan menjadikannya bagian dari budaya populer. Informasi musik kemudian dapat kita tempatkan sebagai alat promosi sekaligus apresiasi karya musisi” (Idhar Resmadi, 2018 : 51). “Informasi musik juga bisa dimanfaatkan sebagai referensi bagi masyarakat” tambahnya. Kemudian Qadri, M. Ridha Al (2008) mengungkapkan bahwa pada dasarnya konser musik memengaruhi peristiwa sosial yang membentuk pola-pola integratif, kesamaan, kebersamaan, dominasi dan tatanan reproduksi budaya yang dikonsumsi bersama-sama. Adapun Priadi, Sal dalam interview Dewanda, Billy (2019) berpendapat bahwa “tidak hanya pagelaran musik, tapi ada juga exhibition part di dalamnya misalkan attraction lain ada yang pake dresscode. Akhirnya penikmat musik di Indonesia jadi punya yang mereka cari adalah experience dengan konsep berbeda-beda. Jadi bukan sekadar menikmati musik, tapi lebih menikmati experience, pengalaman dan sensasi barunya ketika mereka masuk ke festival musik dari festival musik ke festival musik lainnya”.

Beberapa pelaku musik seperti @demajorsrecs yang berkolaborasi dengan @dyandrapromosindo yang kemudian menghasilkan sebuah event bernama Synchronize Festival. Di tahun 2019, bertempat di Jiexpo Kemayoran yang menjadi aksi nyata peduli lingkungan dengan program diantaranya Internal Change Behaviour yaitu sebagai sebuah program hasil dari brainstorming yang dilakukan tim panitia pelaksana festival dengan menerapkan beberapa prinsip kepedulian sosial dan tentunya lingkungan yang nyata dalam mengerjakan festival ini. Lalu pada program kedua adalah Waste Management. Menerapkan prosedur Less Waste Event, program ini meliputi kegiatan nyata seperti penyediaan wadah sampah terpilah pada area festival, lalu adanya Synchronize Recycle Station dimana pengunjung yang hadir disini bisa terlibat dalam mengelola sampahnya pada gelaran festival ini yang berlangsung dalam tiga hari. Dengan begitu ini menjadi persuasi guna menjaga keseimbangan sebagai bentuk respon dari tema yang dibuat yaitu “Memanusiakan Alam, Mengalami Manusia dan dengan karakternya khasnya “It’s Not Just A Festival It’s A Movement”. Guna memmanifestasikan konsepnya, Synchronize menunjuk Greeners.co untuk berkolaborasi, yang berlatar belakang sebagai media dengan concern pada mengangkat isu lingkungan hidup.

Penelitian ini di latar belakang oleh kejadian maupun peristiwa yang sudah terjadi untuk selanjutnya diteruskan menjadi penggerak masyarakat dengan upaya membentuk pola pikir yang humanis lalu kemudian menyasiasi habit dari setiap penyelenggaraan festival musik yang ada di skala nasional maupun internasional. Melalui event musik, promotor berusaha mempengaruhi penonton dengan memberikan informasi terkait kerusakan lingkungan serta menerapkan program melalui festival, aksi, campaign, maupun di media sosial. Tetapi jika

merujuk pada konsep medium mengkonstruksi isu lingkungan maka hal tersebut lumrah karena pada gerakan sosial baru perlu range waktu yang cukup panjang untuk dapat mencapai keberhasilannya.

KERANGKA TEORI

Komunikasi Lingkungan, Lingkungan adalah salah satu bagian di muka bumi yang memiliki kekuatan dalam integritas bangsa dan manusia. Bisa juga di sejajarkan dengan kekuatan-kekuatan lainnya seperti demokrasi, HAM, kemiskinan maupun isu anak dan sexual harrasment pada perempuan-perempuan yang sedang meningkat kurang lebih pada tahun belakangan ini. Lingkungan menjadi ideologi humanisme pada berbagai lapisan seperti komunitas, individu, kelompok berbagai ras, dan kebudayaan. Di dalamnya telah mengikat kepentingan subjektif manusia: bukan saja masa depan bersama bagi bangsa tetapi setiap kelompok dan individu pembentuk bangsa. Setiap individu, memerlukan lingkungan sebagai ruang kebutuhan hari ini yang tak bisa ditunda pemenuhannya dan sekaligus menjadi ruang kepentingan di masa depan yang sulit dipercepat. Lingkungan adalah ruang serta kesempatan kita selaku makhluk, manusia tidak hanya sebagai ruang hari ini, tetapi sekaligus sebagai ruang masa depan diri serta keturunan kita kelak.

Flor, Alexander G. (2004) menerangkan "*Communication is nothing more than the exchange of information. Hence, at its broadest sense, environmental communication is necessary for the survival of every living system, be it an organism, an ecosystem, or a social system*". dalam artinya bahwa komunikasi tidak lebih dari pertukaran informasi. Oleh karena itu dalam arti luas, komunikasi lingkungan diperlukan untuk kelangsungan hidup setiap sistem kehidupan, baik itu organisme, ekosistem, atau sistem sosial.

Dalam kondisi ini, lingkungan mempunyai berbagai substansi, berangkat dari awal posisinya sebagai ruang ekonomi, ruang kultural, terlebih sampai pada ruang dalam arti fisikalnya. Peran lainnya, lingkungan sanggup membentuk energi bersama-sama untuk menghidupi politik menjadi seni untuk mengelola keinginan bersama. Sebuah seni koordinasi yang berperan guna mengurangi resiko kolektif. Kemudian adanya upaya menghukum lingkungan yang muncul sebagai konsekuensi dari pengasingan manusia atas lingkungan memiliki sifat yang sangat spesifik, yakni nondiskriminatif. Beraneka macam bencana dan kelaziman yang muncul silih berganti sebagai dampak logis dari kelalaian kita memandang lingkungan secara alami akan menyerang siapa saja tanpa memandang kelas sosial, kekayaan, keturunan, suku, agama dan beaneka ragam kategori pembeding manusia lainnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis strategi penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian bentuk deskriptif ini sendiri adalah penelitian yang dilakukan guna mengetahui kadar nilai variabel mandiri, baik itu satu variabel bahkan lebih (independen) tanpa membuat perkiraan dengan diartikan menghubungkan variabel satu dan lainnya. Adapun menurut I Made Winartha (2006;155) yang mengungkapkan bahwa deskriptif kualitatif adalah menggambarkan, menganalisis beragam kondisi maupun situasi dari berbagai data yang ditumpuk berupa rangkuman wawancara juga pengamatan terhadap masalah yang diteliti yang terjadi dilapangan. Sugiyono (2005;11) penelitian bentuk deskriptif ini sendiri adalah penelitian yang dilakukan guna mengetahui kadar nilai variabel mandiri, baik itu satu variabel bahkan lebih (independen) tanpa membuat perkiraan dengan diartikan menghubungkan variabel satu dan lainnya.

Objek penelitian ini adalah tiga narasumber yaitu Label Musik diwakili David Karto, Konseptor dengan Kiki Aulia Ucup, Dyandra Promosindo diwakili Bahri. Ketiga narasumber ini dipilih karena mereka yang terjun langsung pada penyelenggaraan Synchronize Fest 2019 yang menjembatani dari masing-masing kebutuhan produksi serta menjabarkan empat tahapan dalam teori komunikasi yaitu Production, circulation, use (which here he calls distribution or consumption) and reproduction.

Encoding pesan kemudian terbentuk atas beberapa faktor, yaitu Frame of Knowledge, Relations of production, dan Technical infrastructure. Frame of Knowledge (Hall, 1980:165) dapat ditelusuri melalui seberapa dalam implementasi menurut promotor, konseptor, dan label musik dalam penyelenggaraan Synchronizefest 2019. *Relations of production* didapat oleh *Promotor, Label Musik, Konseptor* dari relasi sosial yang dibangunnya terkait dengan *encoding* atas produksi *SynchronizeFest 2019*. Relasi terjadi dalam Synchronizefest 2019, antar crew, serta relasi lain yang berkaitan dengan produksi sebuah pesan. *Technical Infrastructure* merupakan infratraktur teknis yang mendukung *Encoding Promotor, Konseptor, Label Musik* dalam memaknai pesan *Synchronizefest 2019*. Infrastruktur teknis dalam fase ini dapat dipahami sebagai alat-alat yang digunakan oleh *Promotor, Konseptor, Label Musik* yang membantu dalam memaknai pesan.

Merupakan festival lokal lintas generasi yang cukup kreatif dan mempunyai militan penonton yang beragam bahkan festival yang selalu dinanti di setiap tahun dengan konsep baru

secara implisit mempunyai gerakan-gerakan persuasive guna memperlebar jangkauan penonton yang belum pernah hadir dalam penyelenggaraan Synchronize Festival.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini adalah penjelasan yang akan memaparkan secara mendalam hasil wawancara pada masing-masing narasumber. Infrastruktur teknis merupakan salah satu media atau cara yang mendorong pemaknaan khalayak dalam mengomsumsi sebuah teks, juga diartikan sebagai suatu prasarana teknis yang mendukung proses persandian atau pemaknaan dari tujuan penyelenggaraan acara atau kegiatan tersebut.

Elemen Infrastruktur Teknis yang telah dilakukan oleh ketiga narasumber peneliti mendapati bahwa kegiatan Synchronize Fest dirancang atas kesamaan visi dan misi yang dimiliki oleh tim penyelenggara Synchronize Fest, dimana mereka menerapkan motto "*it's not just festival, it's a movement*" yang mana artinya ialah ini bukan hanya sekedar festival, melainkan suatu gerakan perubahan. Gerakan perubahan perlu digencarkan sejak awal guna merespon beragam perkembangan global yang kian terjadi dari waktu ke waktu. Lebih lanjut, kajian teknis dalam penyelenggaraan Synchronize Fest terlihat dari bagaimana proses perancangan konsep acara yang berlanjut pada upaya serta tindakan implementasi selama acara berlangsung. Masing-masing pihak baik itu konseptor, promotor, maupun label musik memiliki perannya tersendiri. Konseptor akan berupaya untuk merancang Synchronize Fest ini sesuai dengan motto yang mereka miliki yaitu sebagai gerakan perubahan, maka para konseptor mencari cara dalam memunculkan konsep acara yang berbeda dari sebelumnya dan mampu menggerakkan massa. Sedangkan promotor akan mengeksekusi konsep acara yang telah dirancang oleh konseptor, dengan catatan ialah menyempurnakan konsep tersebut sehingga publik dapat menikmati acara festival tersebut dengan baik. Lalu label musik selaku pemilik nama merek dari Synchronize Fest akan turut menyesuaikan dan mengarahkan para konseptor maupun promotor untuk bergerak menjalankan tugas sesuai dengan ideologi yang dimiliki oleh merek tersebut.

David Karto selaku perwakilan dari Label Musik Demajors yang menaungi nama Synchronize Fest itu sendiri menyampaikan bahwa *kita cuman bukan sekedar festival, tapi kita memang punya movementnya gitu. Jadi seperti yang kita bicarakan dalam konteks yang tadi itu, 4 pilar kita: waste management, bring your tumbler, bike to synchronize, dan water station itu menjadi pilar-pilar.* Lebih lanjut dirinya menekankan *gimana 5 tahun ke depan kita mempunyai konsep-konsep yang berhubungan dengan lingkungan, kemanusiaan, dan*

apapun itu bentuknya, menjadi suatu pertanggungjawaban untuk kita sebagai penyelenggara, bahwa bukan lagi ngomongin soal musik, bukan lagi ngomongin tentang festival, tapi ini sudah menjadi habit kita dan itu sudah menjadi passion kita di luar konteks festivalnya.

Merujuk dari apa yang disampaikan David Karto tersebut dapat kita pahami bahwa Demajors selaku Label Musik yang menaungi merek Synchronize Fest sangat menitikberatkan pada perubahan yang dihasilkan dari setiap penyelenggaraan festival. Terlebih lagi ketika isu lingkungan ini mulai digaungkan pada tahun 2019 lalu, yang mana isu ini merupakan suatu topik krusial yang memiliki urgensi tersendiri akan dampaknya bagi kehidupan masyarakat. David beranggapan bahwa setiap festival yang diadakan perlu adanya pembenahan, maka dari itu untuk memulai perubahan, Synchronize Fest akan memulainya lebih dulu.

Hal ini senada dengan yang Kiki Aulia Ucup sampaikan bahwa *“Bikin suasana aja. ... Bukan ngebangkitin era dulu. Tapi lebih kayak memprediksi apa yang bikin orang senang lah. itu risetnya dalam, kan. Ya tentang apa yang menemani penonton Synchronize tumbuh, tentang daya tarik mereka terhadap kita tuh sejauh apa.”* Elemen infrastruktur teknis ini turut menggali mengenai apa yang menginspirasi para penyelenggara acara Synchronize Fest sehingga menggelorakan isu lingkungan pada pelaksanaannya dan berasal dari media mana saja inspirasi tersebut muncul. Peneliti mendapati bahwa riset yang dilakukan oleh para penyelenggara bukanlah riset berbasis ilmiah, melainkan berasal dari kepekaan mereka akan fenomena sosial yang tengah berlangsung di lingkungan masyarakat. Riset yang mereka lakukan ialah bagaimana memahami karakter penikmat Synchronize Fest dari waktu ke waktu, sehingga ketika mereka merancang suatu acara akan merujuk pada bentuk karakteristik dari para penikmat acara tersebut.

Para perancang acara ini berupaya untuk membangun Synchronize Fest sebagai suatu festival yang dapat membekas di benak para penikmatnya. Hal ini seraya dengan yang disampaikan oleh Ucup selaku konseptor acara *gimana caranya biar orang ngelihat dari setiap penyelenggaraan Synchronize ada hal baru terus gitu, lebih kayak nge-create sebuah konten yang bikin orang makin pengen untuk merasakan di Synchronize Festival, tapi di luar konten, yang paling kita ke depanin adalah tentang gimana rasanya lu berada dalam Synchronize Festival. Bukan tentang kayak waaah kemarin Sheila On 7 seru juga di sana, kemarin seru banget di sana. Tapi tentang waaah gua happy banget di Synchronize.*

Dari apa yang dikemukakan oleh Ucup tersebut dapat dipahami bahwa acara Synchronize Fest ini ditujukan untuk para penikmat festival yang bukan semata-mata hanya menunggu tentang siapa pengisi acara tersebut. Karakteristik penikmat festival ini tentunya

ditelusuri oleh para konseptor acara setelah berlangsungnya selama beberapa waktu atau periode. Sehingga intisari dari tolok ukur elemen infrastruktur teknis yang dipegang oleh penyelenggara acara ialah bagaimana menghadirkan sesuatu hal yang baru, yang mampu memancing atensi publik, setelah adanya pemahaman karakteristik massa dari penikmat Synchronize Fest itu sendiri.

Dyandra selaku promotor event yang bertugas untuk mengeksekusi konsep acara berpandangan bahwa penyelenggaraan Synchronize Fest merujuk pada perkembangan media digital yang berkembang begitu pesat hingga saat ini. Atas perkembangan tersebut kemudian membawa pandangan baru bagi eksekutor acara untuk mengeksplorasi penyelenggaraan acara menjadi jauh lebih menarik dan sesuai dengan target yang ingin dituju. Salah satunya ialah ketika merujuk pada salah satu penyelenggaraan festival Fuji Rock yang mengusung konsep untuk mengajak para penonton dalam memilah sampah hingga ke 5-6 kategori yang berbeda-beda.

Kemudian pada ***elemen Relasi Produksi*** yang telah dilakukan oleh ketiga narasumber, yang dimaksud dalam kajian decoding Stuart Hall ini menekankan pada unsur latar belakang produksi yang dimiliki oleh penyelenggara produksi acara baik itu konseptor, promotor, dan label musik. Elemen relasi konsumsi berkaitan erat pada alasan mengapa acara tersebut dapat terselenggara dan apa saja yang melatarbelakanginya. Untuk itu dalam temuan data penelitian yang telah peneliti himpun, peneliti menemukan bahwa ketiga pihak terkait ini tidak memiliki latar belakang yang spesifik, yang mana sama-sama memiliki fokus untuk pengembangan masalah lingkungan bagi masyarakat sekitarnya. Melainkan para penyelenggara ini hanya memiliki latar belakang aktivitas yang begitu dekat dengan optimalisasi pelestarian lingkungan melalui keseharian masing-masing.

Kiki Aulia Ucup selaku konseptor dari Synchronize Fest ini menyampaikan bahwa, *Sebenarnya ngga meng-campaign kayak gitu, tapi di rumah sendiri ya emang saya kan kebetulan kalo untuk pengolahan sampah dipilih bener-bener. Jadi kayak yaaa mulainya dari situ doang sih sebenarnya saya. Trus ikutan waste for change itu, yang emang sampahnya dipilah, jadi ngga lari ke Tempat Pembuangan Akhir.*

Disamping itu, David Karto menyampaikan bahwa, *Kita tidak memberikan peluang ke industri pemulung itu dalam hal plastik sekali pakai ataupun yang bisa kita pahami sifatnya tersistem untuk pemulung ataupun juga orang-orang yang bekerja di wilayah itu. Kalau sampah makanan dapat diolah menjadi pupuk atau kompos yang bisa dipakai lagi untuk tanaman ataupun kompos-kompos dan makhluk hidup yang lain. Artinya kita juga bisa*

mengurangi dari plastik yang tidak bisa terurai sampai ribuan tahun. Jadi itu yang kita sikat dulu.

Melihat pendapat yang disampaikan oleh David Karto tersebut dapat dipahami bahwa Synchronize Fest berusaha untuk berperan aktif dalam pelestarian lingkungan dengan mengkomparasi pada tindakan pelestarian lingkungan yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa hal lain dapat terjadi juga sebagai aspek yang sama.

Bahri, selaku narasumber perwakilan dari Dyandra Promosindo menyatakan bahwa dalam pengadaan Synchronize Fest ini dirinya mencoba membangun kesadaran masyarakat terlebih dahulu, khususnya para peminat dari Synchronize Fest itu sendiri. Dirinya sangat menekankan konsep 4 pilar yang dipersuasikan kepada publik seperti pengadaan *water station*, *bike to festival*, *bring your tumblr*, dan *internal change behaviour*. Keempat hal tersebut menjadi tolok ukur dari Dyandra dalam mengukur keberhasilan acara kali ini, sebab tema yang dibawa kali ini ialah *green movement*. Maka dari itu tak khayal apabila Dyandra mencoba berkolaborasi dengan organisasi lingkungan Greeners sebagai salah satu partner kerjasama untuk beriringan bersama dalam mensukseskan penyelenggaraan event ini. Melalui kolaborasi tersebut, turut membangun pandangan baru bagi Dyandra dalam menjalin kerjasama terutamanya di bidang pengelolaan lingkungan dan sampah.

Pengelolaan sampah dibutuhkan untuk mengurangi kuantitas sampah non daur ulang yang berpotensi pada timbulnya pencemaran lingkungan sekitar, seperti yang kita ketahui dalam acara festival acap kali sampah yang dominan dihasilkan ialah sampah plastik, yang mana sampah plastik merupakan salah satu limbah masyarakat yang sulit diurai dan memakan waktu lama dalam proses penguraiannya. Dyandra berupaya menyasati hal tersebut dengan mengeksekusi tema yang diusung oleh Synchronize Fest melalui empat pilar yang kemudian menjadi ajakan mutlak bagi para penonton Synchronize Fest 2019 lalu.

Pada ***elemen Frame of Knowledge*** yang telah dilakukan oleh ketiga narasumber melihat bagaimana konseptor, promotor, serta label musik dari Synchronize Fest memaknai penyelenggaraan festival ini serta latar belakang pemilihan konsep dan apa yang ingin ditonjolkan dari acara ini kepada publik. Merujuk dari apa yang disampaikan konseptor dari Synchronize Fest ini, pihaknya menyatakan bahwa Synchronize Fest berupaya untuk mengedukasi masyarakat akan urgensi dari kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Banyak yang masih menyepelekan dari timbulnya sampah sesudah penyelenggaraan acara, faktanya sampah sesudah penyelenggaraan acara berhasil menyokong begitu banyak timbunan sampah di tempat pembuangan akhir. Hal tersebut yang perlu dikurangi dan diminimalisir agar tidak

berlarut-larut menjadi suatu budaya ketidakpedulian terhadap lingkungan di diri masyarakat kita. Untuk itu Synchronize Fest mengusung tema 'Me-manusia-kan alam dan Meng-alam-i-kan manusia' yang mana menitikberatkan pada keseimbangan antara perlakuan yang layak bagi manusia maupun alam sebagai penopang utamanya. Sehingga pada acara ini, ideologi yang digagas ialah 4 pilar yang mana mengajak penonton Synchronize Fest untuk *bike to festival*, *bring your tumblr*, *internal behaviour change*, dan *waste management*.

Merujuk dari apa yang dikemukakan oleh konseptor penyelenggaraan acara ini, mereka menyampaikan bahwa temuan lapangan akan potensi sampah yang dihasilkan dari acara musik festival begitu banyak hingga kemudian membawa mereka untuk mengakomodir hal tersebut dengan cara membangun kesadaran masyarakat dan mendorong masyarakat untuk tidak melakukan hal serupa secara berulang-ulang. *Mau coba; gimana ya caranya biar bisa punya kesadaran untuk menguranginya nih. Gitu. Terpikirkanlah Synchronize 2019 gitu. Kayak peranan festival kan harusnya lebih jauh dari sekedar menghibur orang doang gitu.* Kiki Aulia Ucup selaku konseptor dari Synchronize Fest 2019, membangun kesadaran masyarakat merupakan salah satu tujuan utama dari penyelenggaraan acara ini. Sesuai dengan konsep yang diusung yaitu *green movement*, maka hal ini harus secara konsisten diimplementasikan dalam festival ini. Yang mana diharapkan bahwa masyarakat setelah adanya penyelenggaraan acara ini dapat terdorong untuk melakukan perubahan dalam hal pengelolaan sampah di setiap festival musik yang sedang berlangsung.

Isu lingkungan yang tidak dapat disepelekan begitu saja, memang berpengaruh besar terhadap perubahan global, yang mana dampak perubahan tersebut begitu terasa. Dimulai dari adanya pemanasan global, efek rumah kaca, dan timbunan sampah yang kian sulit terurai. Beragam komplikasi masalah tersebut harus mulai terselesaikan satu per satu, yang mana sebagai penggerakannya ialah masyarakat yang perlu didorong untuk melakukan perubahan itu sendiri. Maka dari itu guna memberikan kontribusi terhadap isu tersebut, penyelenggaraan dari Synchronize Fest ini perlu diimplementasikan dengan gerakan yang dilakukan oleh masyarakat, sehingga tujuan dari acara dapat terpenuhi dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh para konseptor, promotor, dan pemilik acara itu sendiri. Disamping itu acara yang diselenggarakan dengan menysasar semua kalangan ini memang ditujukan untuk membangun publik yang lebih peka terhadap kebutuhan lingkungan global saat ini, bukan sekedar adanya kebutuhan hiburan semata.

Fokus pada penelitian ini adalah melihat lebih dalam terhadap isu lingkungan yang mana mereka mengklaim bahwa dalam penyelenggaraannya Synchronize tidak mengkomodifikasi Isu tersebut menjadi sekedar bisnis, justru pada rangkaian acara selama tiga

hari tersebut, penonton dapat dengan mudah memanfaatkan limbahnya secara langsung, serta dapat ditukarkan dengan totebag, stainless straw ataupun point aplikasi e-wallet. Adapun Priadi, Sal dalam interview Dewanda, Billy (2019) berpendapat bahwa *tidak hanya pagelaran musik, tapi ada juga exhibition part di dalamnya misalkan attraction lain ada yang pake dresscode. Akhirnya penikmat musik di Indonesia jadi punya yang mereka cari adalah experience dengan konsep berbeda-beda. Jadi bukan sekadar menikmati musik, tapi lebih menikmati experience, pengalaman dan sensasi barunya ketika mereka masuk ke festival musik dari festival musik ke festival musik lainnya.* Qadri, M. Ridha Al (2008) mengungkapkan bahwa pada dasarnya konser musik memengaruhi peristiwa sosial yang membentuk pola-pola integratif, kesamaan, kebersamaan, dominasi dan tatanan reproduksi budaya yang dikonsumsi bersama-sama

Tema penelitian yang digunakan pada penelitian ini sewarna dengan penelitian milik Atieqson Mar Iqbal (2019), yaitu upaya band Navicula sebagai global civil society dalam melakukan kampanye konservasi lingkungan. Hasil dari penelitian tersebut adalah Band Navicula menyalurkan kesadaran dan pemahaman tentang lingkungan pada musik serta konsernya, menggunakan media sosial dalam melakukan konservasi lingkungan, kemudian aksi kolaborasi mengampanyekan isu lingkungan berkolaborasi dengan Green Peace, RAN, WALHI dan AMAN yang mengamati secara langsung perihal kondisi hutan Sumatera dan Kalimantan.

Dalam penelitian lain seperti penelitian milik Reza Ulva Tamimi (2017) juga sewarna dengan penelitian ini, penelitiannya berjudul Musik sebagai media gerakan sosial baru (studi kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori interaksionisme simbolik tentang Grup Musik Merah Bercerita). Hasil dari penelitian tersebut adalah Merah Bercerita yang merupakan grup musik asal Solo yang menyoal permasalahan sosial HAM, lalu mewujudkan media musik sebagai alat perjuangan kepada dominasi kekuasaan yang otoriter, musik di framing dengan simbol, ikon, representasi yang sederhana untuk melancarkan pencerdasan atau edukasi. Edukasi tersebut berbentuk uraian serta tafsir yang terselip dalam lirik lagu yang substansinya adalah tentang realitas sosial yang berat sebelah, ketidakadilan, serta tentunya pada permasalahan, perdebatan kemanusiaan yang semakin kompleks dan umum yang selalu kita jumpai di bangku-bangku formal pendidikan.

Seperti beberapa penelitian diatas, penelitian ini juga merupakan kali pertama penelitian yang membahas promotor musik dengan korelasi isu lingkungan juga dalam konsep Encoding (Stuart Hall). Kemudian juga membahas bagaimana peran promotor dalam mengkonstruksi isu lingkungan pada event musik tentu dengan dua objek yang lain yaitu konseptor dan label musik.

Fenomena dan pengalaman itu yang kemudian membentuk pemaknaan konstruksi isu lingkungan pada Synchronize Festival dengan implementasi yang dilakukan Promotor yaitu Dyandra Promosindo, Konseptor, Label Muik Demajors sebagai kepemilikan Synchronize Festival.

KESIMPULAN

Dalam temuan penelitian ini, peneliti mendapati bahwa konseptor acara dari Synchronize Fest 2019 menggagas konsep *green movement*, dimana konsep ini sebagai penegasan dari *tagline* yang diusung oleh Synchronize yaitu *it's not just a festival, it's a movement*. Disamping itu pada pagelaran Synchronize Fest 2019 ini mengusung tema “Memanusiakan alam, Mengalamikan manusia” dengan empat program aksi nyata yaitu *internal change behaviour*, *waste management*, *bring your own tumblr*, dan *bike to Synchronize and use public transportation*. Penelitian ini menitikberatkan pada kajian teori encoding yang dikemukakan Stuart Hall, yang mana encoding atau suatu analisis *reception* mengarah pada pendalaman tentang makna, produksi dan pengalaman masyarakat dalam kaitannya hubungan komunikasi dengan media.

Dalam elemen Infrastruktur Teknis

Peneliti mendapati bahwa riset yang dilakukan para penyelenggara bukanlah riset berbasis ilmiah, melainkan berasal dari kepekaan mereka akan fenomena sosial yang tengah berlangsung di lingkungan masyarakat. Serta memahami karakter penikmat Synchronize Fest dari waktu ke waktu, sehingga ketika mereka merancang suatu acara akan merujuk pada asumsi yang telah dibangun dengan latar belakang tersebut. Dengan demikian penonton atau audiens yang terbentuk tidak lagi datang dengan hanya euforia semata tetapi akan meninggalkan kesan serta experience yang menjadi habit kepedulian lingkungan pada saat penyelenggaraan Synchronize Fest berlangsung bahkan di festival-festival musik yang lainnya.

Dalam elemen Relasi Produksi

Peneliti menemukan bahwa ketiga pihak terkait yaitu Promotor, Konseptor, serta Label Musik tidak memiliki latar belakang yang spesifik untuk pengembangan masalah lingkungan bagi masyarakat sekitarnya. Secara implisit, peneliti memahami unsur relasi yang dibangun oleh para penyelenggara acara ini didasari dari timbulnya rasa empati serta simpati yang kemudian melatarbelakangi konsep *green movement* pada Synchronize Fest 2019 lalu.

Pada elemen Frame of Knowledge,

Synchronize Fest berupaya untuk mengedukasi masyarakat akan urgensi dari kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Dimana, sebagian masyarakat masih banyak yang menyepelekan timbulnya sampah sesudah penyelenggaraan acara, yang mana pada faktanya berhasil menyokong begitu banyak timbunan sampah di tempat pembuangan akhir. Hal tersebut yang perlu dikurangi dan diminimalisir agar tidak berlarut-larut menjadi suatu budaya ketidakpedulian terhadap lingkungan di diri masyarakat kita.

Dengan berlandaskan pada asumsi dan rasa empati yang timbul, maka Synchronize Fest 2019 berupaya mengedukasi masyarakat, terutama para penikmat musik dan festival untuk bijak dalam mengelola sampah dan melestarikan lingkungan melalui program aksi nyata yang mereka galangkan. Promotor dari Synchronize Fest 2019 dapat dianggap berhasil melakukan konstruksi isu lingkungan pada penyelenggaraan festival tersebut karena mampu menekan jumlah timbunan sampah yang biasanya di kisaran 10 hingga 15 ton, kini pada acara tersebut hanya menghasilkan 6 ton sampah.

REFERENSI

Creswell, John W.(2013). Penelitian Kualitatif & Desain Riset. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hall, Stuart. (2001). Encoding-Decoding : Media and Cultural Studies, Eds. Meenakshi Gigi Durham & Douglas M. Kellner. Massachusetts: Blackwell Publishers Inc.

Rianto, Puji. (2020). Modul Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Penerbit Komunikasi UII.

Resmadi, Idhar (2018). Jurnalisme Musik dan Selingkar Wilayahnya. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.

Setiawan, Erie (2014). Memahami Musik & Rupa-Rupa Ilmunya. Yogyakarta: Art Music Today.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Qadri, M. Ridha Al (2008). Jurnal Komunikasi. Konser Musik di Media: “Common Culture”, Anti-otentisitas dan Budaya Populer.

Tamimi, Reza Ulva (2017). Musik Sebagai Media Gerakan Sosial Baru.

TIqbal, Atieqson Mar (2019). Upaya Band Navicula Sebagai Global Civil Society Dalam Melakukan Kampanye Konservasi Lingkungan.

Flor, Alexander G. (2004). Enviromental Communication: Principles, Approaches and Strategies of Communication, Applied to Enviromental Management. Philippines: Office of Academic Support and Instructional Services.

Dewanda, Billy (2019). Menilik Perkembangan Ekosistem Festival Musik di Indonesia. Jakarta: Whiteboard Journal.

