

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Berkembangnya industri, khususnya yang bergerak dalam industri *event* musik serta peranan media sosial khususnya media sosial Tiktok, terlebih Tiktok memiliki pengguna yang besar dan terus meningkat setiap tahunnya dengan Indonesia menjadi salah satu pasar pengguna Tiktok terbesar di dunia, dari sini Ekspectanica melihat potensi yang ada dengan Tiktok sebagai media sosial yang digunakan dalam upaya mengenai konten promosi yang dilakukan. Urgensi penelitian ini terletak pada bagaimana Tiktok dapat dimanfaatkan secara efektif sebagai alat promosi dalam industri *event* musik. Mengingat besarnya potensi pengguna Tiktok di Indonesia, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi-strategi promosi yang paling efektif di platform tersebut. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat di industri musik, serta kebutuhan untuk terus berinovasi dalam meningkatkan promosi. Seiring dengan berjalannya waktu, Tiktok semakin ramai dan bisa menjadi salah satu media promosi yang efektif dalam sebuah *event*. Karena Tiktok dapat menyampaikan pesan yang akan dituju secara unik melalui tayangan, gambar, dan musik. Masyarakat hanya tinggal menikmati konten yang diberikan dan bagi Ekspektanica bisa menjadikan konten tersebut sebagai sarana promosi dalam mempromosikan merknya di media sosial Tiktok. Hal ini dikarenakan Tiktok memiliki pengaruh terhadap kesadaran dan citra, karena keberadaannya mempengaruhi pengkomunikasian suatu produk atau jasa. hadirnya tiktok sebagai platform media kreatif yang didalamnya orang-orang bebas mengekspresikan pesan yang ingin disampaikan kepada target masyarakat.

Ekspectanica adalah *event* musik dan pameran seni yang diselenggarakan oleh Bozz Event dengan tema "Hapus Rasa", yang menceritakan perjalanan menghapus rasa dalam "Healing de Java". Dengan diadakan setiap tahun dengan line up artis yang berbeda pula, Menampilkan berbagai artis dan musisi Indonesia, tur konser ini berlangsung di beberapa kota di Pulau Jawa dan bertujuan memberikan pengalaman emosional yang beragam, mulai dari kesedihan, berdamai dengan keadaan, hingga kebahagiaan. Selain menawarkan hiburan musik berkualitas, Ekspectanica juga mengajak penikmat musik mengeksplorasi keindahan alam, kuliner khas, dan

kebudayaan lokal di setiap kota yang dikunjungi, serta beradaptasi dengan tradisi setempat. *event* ini akan menarik ribuan pengunjung dari berbagai daerah di Indonesia, khususnya pulau Jawa, sehingga memberikan dampak positif bagi industri pariwisata dan perekonomian kota-kota yang dikunjungi. Ketika kelompok grup musik yang memiliki banyak peminat dan grup musik tersebut mendapatkan kesempatan untuk tampil di suatu *event* musik, biasanya masyarakat tau akan hal tersebut bisa dikarenakan adanya pembicaraan dari individu ke individu, kemudian Masyarakat akan melihat bagaimana pengelolaan media sosial seputar penyampaian informasi dan konten yang diberikan sehingga masyarakat memiliki ketertarikan terhadap Ekspectanica dalam upaya mempromoskan acaranya, menurut Cutlip komunikasi adalah proses timbal balik dan pertukaran sinyal untuk memberi informasi, membujuk, atau memberi perintah, berdasarkan makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para komunikator dan konteks sosialnya (Scott M. Cutlip, Allen H. Center, 2016).

*Event* bisa beragam konsep, diantaranya nya adalah sebuah festival musik. Festival merupakan sebuah kegiatan *event* yang sangat memiliki ciri khas tersendiri memasukan unsur budaya dari dalam masyarakat tertentu, yang dimiliki sekelompok orang yang mengusung kekuatan khusus, semangat, pengetahuan beserta adat kekeluargaan. Sejak tahun 2015-2016 banyak muncul beragam festival musik yang dilakukan oleh perusahaan atau industri yang lingkupnya kecil (Sabrina, 2019). Dalam upaya mempromosikan melalui media sosial, Ekspectanica memiliki berbagai media sosial salah satunya adalah Tiktok.

Ekspectanica menggunakan Tiktok untuk menyebarluaskan konten-konten, informasi dan promosi. Semakin berkembangnya sektor bisnis di Indonesia yang saat ini telah melesat dengan sangat cepat. Hal ini bisa di lihat dari maraknya industri pada bidang jasa yang hadir untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan Masyarakat salah satunya adalah kegiatan *event*. Semakin cepatnya perkembangan bisnis membuat sebuah bisnis harus memiliki keunggulan tersendiri agar dapat bertahan. Selain harus memiliki keunggulan, sebuah bisnis juga harus melakukan inovasi dan memiliki konsep dalam mempromosikan bisnisnya, dengan maraknya sektor bisnis di bidang ini, membuat semua bisnis yang bergerak dalam bidang event ingin membuat sesuatu yang berbeda dan juga memiliki keunikanya masing-masing. Dalam mempromosikan bisnisnya penggunaan media sosial yang relevan sangat penting dalam menjangkau

bisnisnya secara lebih luas, Salah satu media sosial yang berpotensi besar dalam mempromosikan bisnisnya adalah Tiktok. Media sosial Tiktok saat ini menjadi platform yang digemari dan disukai banyak orang, Tiktok berbeda dari media sosial lainnya dengan format video pendek yang cepat, kreatif, dan mudah dikonsumsi oleh audiens, Tiktok sendiri menjadi aplikasi yang sedang nge tren di Indonesia. Menurut DataIndonesia.id, Tiktok mengalami peningkatan pengguna yang signifikan dibandingkan media sosial lainnya dengan menjadi platform yang dominan dengan Dengan jumlah pengguna yang sangat besar, Tiktok menawarkan peluang bisnis untuk menjangkau lebih luas dalam mempromosikan bisnisnya,

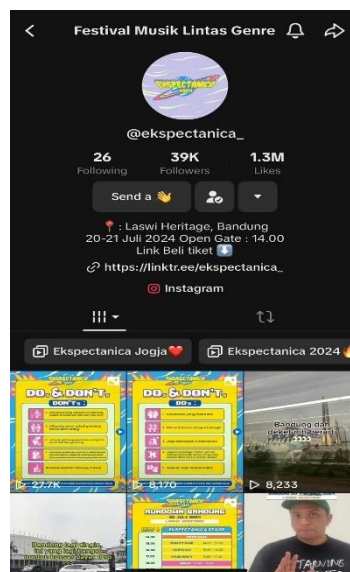
Tiktok merupakan jejaring sosial media dalam bentuk video atau yang sering juga disebut dengan konten. Durasi 15 detik untuk selaku yang menawarkan dapat membuat video dengan filter-filter yang unik dengan memasukan lagu yang sedang ramai. Pengguna aplikasi Tiktok di Indonesia termasuk yang sangat besar, seperti yang dikutip dari tempo.com. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno menyebutkan, jumlah pengguna Tiktok di Indonesia Juli 2020 telah mencapai 30,7 juta pengguna dari awal platform ini mulai ramai di Indonesia, dan di tahun 2024 Tiktok ini mengalami pelonjakan pengguna yang sangat pesat. Berdasarkan laporan Data Reportal Media sosial khususnya Tiktok, jumlah pengguna Tiktok di Indonesia menjadi yang terbesar kedua. Posisinya hanya berada di bawah Amerika Serikat. Indonesia menyusul di urutan kedua dengan jumlah pengguna Tiktok. Menurut data Jumlah Pengguna Tiktok di Indonesia hingga 2024. Berdasarkan laporan Databoks, jumlah pengguna Tiktok di Indonesia sebanyak 106,52 juta orang pada kuartal 1 2024 dan bisa bertambah. Angka tersebut meningkat 6,74% dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

Dengan menggunakan media sosial Tiktok. Pengguna aplikasi Tiktok pun mayoritas aktif dalam membuat konten, dan sebagian kecil tidak aktif membuat konten namun hanya aktif sebagai penonton. Dengan ini pengaruh dari konten yang ada di Tiktok akan berdampak besar, karena memiliki jumlah yang sangat banyak dan beragam. Selain dengan biaya pembuatan iklan dan biaya penayangannya yang relatif murah, dan daya jangkau Tiktok yang luas juga membuat para pelaku promosi. Kebanyakan memilih untuk menggunakan Tiktok sebagai media promosi produk/merk mereka. Di era digital saat ini, media sosial menjadi platform yang vital untuk promosi dan branding. Festival Musik Ekspektanica, sebagai salah satu festival musik terbesar

di Indonesia, tidak boleh ketinggalan dalam memanfaatkan kekuatan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan brand awareness. Platform media sosial Tiktok, dengan popularitasnya yang fenomenal di kalangan Gen Z dan milenial, menghadirkan peluang besar bagi festival musik Ekspectanica untuk menarik lebih banyak pengunjung. Format konten Tiktok yang singkat, kreatif, dan energik sangat cocok untuk mempromosikan genre musik yang beragam di festival. Selain itu, berbagai fitur yang tersedia di Tiktok, seperti iklan, hashtag challenge, dan influencer marketing, dapat dimanfaatkan secara efektif untuk meningkatkan visibilitas festival dan mendorong partisipasi audiens.

Mengingat kesuksesan festival musik lain di dunia dalam menggunakan Tiktok untuk promosi, Festival Musik Ekspectanica perlu segera mengembangkan strategi yang tepat untuk memanfaatkan platform ini. Penelitian dan penerapan strategi yang efektif di Tiktok akan menjadi kunci utama dalam meningkatkan jumlah pengunjung, membangun citra positif festival, dan menunjang kesuksesan promosi festival musik Ekspectanica di masa depan.

Untuk menuju ke hal tersebut, Ekspectanica tentu sangat perlu melakukan strategi dengan memperbanyak variasi, dan ide dari konten mereka, seperti membuat konten harian dengan memasukkan unsur-unsur yang jenaka. Ataupun dengan cara mengikuti trend yang kebanyakan di buat di Tiktok. Dengan hal ini bagi Ekspectanica akan lebih meningkatkan daya Tarik dan image terhadap promosi yang dilakukan di media sosial Tiktok.



Gambar 1. 1 Media Sosial Tiktok Ekspectanica

**Sumber:** Tiktok @Ekspectanica\_

Dalam hal ini Ekspectanica sudah menggunakan media sosial TikTok sebagai sarana promosi, , Berdasarkan pra analisis pada TikTok Ekspectanica terhitung sejak sosial media sosial Tiktok ini dibuat mulai April 2023 dan di tahun 2024, event musik Ekspectanica sudah memiliki total pengikut sebanyak 39 ribu serta total jumlah like sebanyak 1,3 juta like di Akun media sosial Tiktok mereka dan masih terus bertambah, dalam hal ini Ekspectanica bisa dibilang baru dalam menggunakan media sosial Tiktok dalam mempromosikan Festival mereka, namun Ekspectanica tidak semata sebagai festival musik yang menggunakan media sosial Tiktok dalam upaya memanfaatkan Tiktok dalam mempromosikan *event*, tetapi sudah banyak yang menggunakan platform ini yang sudah lama menggunakan Tiktok dalam upaya promosi festival musik.



Gambar 1. 2 Media Sosial Tiktok Javajazz

**Sumber:** Tiktok @JavajazzFest

Di atas merupakan halaman dari @Javajazzfest yang merupakan salah satu kompetitor dari @Ekspectanica merupakan salah satu promotor yang bergerak di bidang festival musik di Indonesia, Java Jazz ini merupakan konser musik jazz yang selalu dinantikan setiap awal tahun oleh para pencinta musik jazz. Festival yang sudah ada sejak tahun 2005 ini selalu menghadirkan pengalaman konser yang berbeda dan berkesan setiap tahunnya. Dalam analisa yang dilakukan penulis pada akun TikTok @Javajazzfest, memiliki sebanyak 2,197 ribu pengikut dengan total 91,2 ribu *like*.

Dalam mendukung upaya mempromosikan acara, tindakan efektif harus diambil. Ekspectanica dengan merancang strategi promosi yang bertujuan untuk meningkatkan eksposur dan minat Masyarakat terhadap promosi acara khususnya generasi muda terhadap industri festival musik di Indonesia. Perusahaan ini senantiasa berupaya beradaptasi dengan perkembangan teknologi terbaru, karena dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, langkah atau strategi yang diambil dapat menjadi lebih efektif dan relevan. Penggunaan Tiktok menjadi salah satu strategi dalam mempromosikan *event* yang Ekspectanica lakukan, karena dilihat dari segi banyaknya pesaing ketat antar industri sejenis yang menawarkan Bintang tamu yang beragam.

Strategi pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media promosi *event* musik adalah didasarkan pada karakteristik unik platform ini yang mampu menjangkau audiens secara luas, khususnya generasi muda yang aktif di platform tersebut. Tiktok menawarkan format video pendek yang kreatif, memberikan peluang bagi penyelenggara *event* untuk menarik perhatian dengan konten yang inovatif dan menarik. Strategi ini juga memanfaatkan fitur *hashtag* Tiktok, yang dapat memicu partisipasi pengguna dan menciptakan tren yang dapat menjadi viral. Kolaborasi dengan kreator Tiktok atau influencer di bidang musik dapat memberikan dampak yang signifikan, memperluas jangkauan dan meningkatkan kredibilitas *event*. Analisis data dan statistik Tiktok, seperti jumlah tayangan, *like*, dan *share*, dapat memberikan pemahaman mendalam tentang efektivitas kampanye promosi. Selain itu, interaksi langsung dengan pengguna Tiktok melalui komentar dan pesan dapat membangun keterlibatan yang lebih kuat dan meningkatkan ekspektasi terkait *event* musik tersebut. Dengan merancang strategi yang kreatif, interaktif, dan relevan dengan tren saat ini di Tiktok, promosi festival musik dapat mencapai dampak yang maksimal di antara audiens festival musik Ekspectanica.

Festival musik tidak hanya semata-mata dibuat tanpa ada tujuan, ini sudah selayaknya dilakukan untuk suatu tujuan. Dalam public relations, membuat Festival musik atau event tujuannya tidak hanya untuk kebutuhan branding secara langsung, namun lebih mengarah ke pembentukan reputasi, citra, dan kesepahaman antara public dan organisasinya dimana ketiganya bisa menjadi dampak positif atau negatif (Martha Tri Lestari, 2021). Seiring berkembangnya jaman, beragam media sosial pun bisa digunakan dalam mempromosikan dan juga bisa sekaligus mengenalkan suatu *event* musik, apalagi *event* musik ini banyak diminati oleh Masyarakat. dengan adanya grup

musik yang di minati, tidak melihat faktor umur, siapa saja bisa turut ikut dan hadir. Didalam dunia kehumasan khususnya dalam melakukan promosi, Kegiatan yang dilakukan harus terencana dengan apa langkah yang akan diambil serta membangun ikatan dan juga memiliki dampak dari satu pihak ke pihak yang lainnya. Menurut (Firmansyah, 2017). *Event* bisa diartikan seperti kegiatan yang dilakukan individu atau kelompok pada waktu tertentu yang bertujuan untuk memperingati hal-hal tertentu dengan memiliki ikatan terhadap tradisi, adat dan agama dengan melibatkan lingkungan masyarakat.

Promosi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mengenalkan produk atau jasa yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan serta pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen. Promosi dianggap responsif karena mampu menciptakan respon masyarakat terhadap sebuah acara. Setiap tahunnya *event* musik Ekspectanica selalu menjadi acara yang paling ditunggu-tunggu diberbagai kota yang akan didatangi. Memberikan acara yang menarik serta gencarnya publikasi di beberapa media bisa mendatangkan timbal balik yang nyata bagi penyelenggara. Penelitian mengenai strategi pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media promosi untuk festival musik seperti Ekspectanica memiliki poin penting dalam konteks pemasaran dan promosi festival musik Ekspectanica. Diantaranya:

1. Trend Promosi Digital: Tiktok telah menjadi salah satu platform media sosial paling populer, terutama di kalangan generasi muda. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana festival musik dapat memanfaatkan platform ini untuk mempromosikan acara
2. Potensi Jangkauan luas: Tiktok memiliki jangkauan yang besar. Dengan demikian, penelitian ini dapat membantu festival musik lokal seperti Ekspectanica untuk menjangkau audiens yang besar terkait strategi mempromosikan event, dan mendapatkan eksposur yang lebih besar.
3. Inovasi Strategi Promosi: Penelitian ini dapat menghasilkan wawasan baru tentang bagaimana strategi kreatif dan inovatif dapat diterapkan dalam pemasaran festival musik menggunakan Tiktok. Ini meliputi konten yang menarik, kolaborasi dengan kreator Tiktok, dan penggunaan fitur-fitur unik platform tersebut.

4. Efektivitas Biaya: Tiktok dapat menjadi alternatif yang lebih terjangkau daripada media promosi tradisional seperti iklan televisi atau cetak. Penelitian ini dapat membantu mengukur efektivitas biaya dari penggunaan Tiktok sebagai media promosi festival musik.
5. Penyesuaian Konten: Tiktok memiliki format yang unik dan memerlukan strategi konten yang berbeda dari platform lain. Penelitian ini dapat membantu festival musik untuk menyusun konten yang sesuai dengan preferensi pengguna Tiktok.

Dari hal-hal yang sudah peneliti jelaskan diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi pemanfaatan media sosial Tiktok yang digunakan Festival Musik Ekspectanica dalam mempromosikan acara. dengan memanfaatkan media sosial Tiktok dari Ekspectanica, dan bagaimana keberhasilan dalam menarik perhatian audiens dalam konteks mempromosikan acara yang dijalankan pada media sosial Tiktok Ekpectanica. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, penelitian tentang strategi pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media promosi untuk *event* musik seperti Ekspectanica menjadi sangat penting untuk memaksimalkan dampak dan keberhasilan acara tersebut dalam mencapai target promosinya.

Berdasarkan permasalahan yang ada bahwa Ekspectanica memiliki media sosial Tiktok bagaimana mempertahankan eksistensi dan relevansinya di tengah ketatnya persaingan industri festival musik, serta bagaimana memanfaatkan potensi besar Tiktok sebagai platform promosi yang efektif. Untuk itu, dengan perlunya mengembangkan strategi promosi yang inovatif dan kreatif, serta memanfaatkan fitur-fitur unik yang ditawarkan oleh Tiktok untuk menarik mempromosikan Ekspectanica di media sosial Tiktok.

**“Strategi Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi *Event* Musik Ekspectanica”.**

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti memfokuskan pada bagaimana strategi yang dilakukan dalam pemanfaatan media sosial Tiktok Sebagai media promosi *event* musik Ekspectanica, dengan mengidentifikasi konten-konten yang efektif dalam promosi.



### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang penelitian, Maka ditetapkan tujuan peneliti yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan event musik Ekspectanica dalam mempromosikan acara dengan menggunakan media sosial Tiktok. Peneliti akan menganalisa lebih jauh, bagaimana upaya *event* musik Ekspectanica mengimplementasikan strategi pemanfaatan melalui media sosial Tiktok dalam konteks promosi.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan masalah sebagai berikut:

Bagaimana strategi pemanfaatan media sosial Tiktok dari banyaknya industri yang bergerak dalam bidang yang sama yang dilakukan Ekspectanica dalam mempromosikan *event*?

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Dapat memberikan manfaat besar bagi pembaca Dapat dijadikan suatu bahan rujukan oleh para peneliti dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai permasalahan sejenis.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Dapat digunakan sebagai referensi, dan memberikan perspektif tentang efektifitas Tiktok sebagai platform promosi dalam industri festival musik.