



# Peran media baru terhadap gelaran konser musik di era pandemi Covid-19: Studi kasus Pamungkas “The Solipsism 0.2”

Rachman Rigga Aglaia<sup>a,1\*</sup>, Nur Maghfirah Aesthetika<sup>b2</sup>

<sup>a</sup> Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Mojopahit No.666 B, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, 61215, Indonesia

<sup>1</sup> riggaaglaia@gmail.com; <sup>2</sup>fira@umsida.ac.id

\* Corresponding Author

## INFO ARTIKEL

*Sejarah Artikel:*

Diterima: 20 Januari 2022

Direvisi: 14 April 2022

Disetujui: 21 April 2022

Tersedia Daring: 28 April 2022

*Kata Kunci:*

*Budaya*

*Media Baru*

*Musisi Pamungkas*

## ABSTRAK

Budaya merupakan salah satu komponen perilaku manusia dan teknologi, menurut O'Brien. Musik telah menjadi budaya dan bagian hidup dari masyarakat Indonesia namun adanya pandemi Covid-19 menghambat seluruh aktivitas masyarakat tidak terkecuali dunia musik. Dengan memanfaatkan berbagai media online seperti Instagram, Youtube, dan situs web, Pamungkas sukses dengan album barunya “Solipsism 0.2”. Pamungkas berhasil menarik lebih dari satu juta penonton dari konser musik daringnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa peran *new media* terhadap gelaran konser musik dalam era pandemi Covid-19 dan bagaimana peran *new media* dalam mengatasi gelaran konser musik online dengan studi kasus “Pamungkas : The Solipsism 0.2” sehingga kami berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan gambaran bagaimana perkembangan media baru dan teknologi komunikasi dalam perkembangan musik di Indonesia. Penulis melakukan analisa kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data dan informasi sekunder melalui kajian pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media baru memiliki peranan yang penting dalam gelaran konser musik terutama pada masa pandemi Covid-19 seperti saat ini karena keterbatasan yang ada dan juga dapat membantu para musisi Indonesia agar dapat lebih kreatif dalam melakukan konser musik daring mereka. Kesimpulan yang kami hasilkan yaitu media baru dapat dimanfaatkan sebagai media utama yang dapat efisiensi dalam berkomunikasi.

## ABSTRACT

*Keywords:*

*Culture*

*Musician Pamungkas*

*New Media*

*Culture is a component of human behavior and technology, according to O'Brien. Music has become a culture and part of life for Indonesian people, but the Covid-19 pandemic has hampered all community activities, including the music world. By utilizing various online media such as Instagram, Youtube, and websites, Pamungkas was successful with his new album “Solipsism 0.2”. Pamungkas managed to attract more than one million viewers from its online music concerts. This study aims to find out what the role of new media in music concerts in the Covid-19 pandemic era and how the role of new media in overcoming online music concerts with the case study “The Ultimate: The Solipsism 0.2” so we hope that this research can provide an overview. how the development of new media and communication technology in the development of music in Indonesia. The author conducted a descriptive qualitative analysis by collecting secondary data and information through a literature review. The results of the study show that new media have an important role in holding music concerts, especially during the current Covid-19 pandemic due to existing limitations and can also help Indonesian musicians to be*

*more creative in performing their online music concerts. Our conclusion is that new media can be used as the main media for efficient communication.*

© 2022, Aglaia & Aesthetika

This is an open access article under CC-BY-SA license



**How to Cite:** Aglaia, R. R., & Aesthetika, N. M. (2022). Peran media baru terhadap gelaran konser musik di era pandemi Covid-19: Studi kasus: Pamungkas "The Solipsism 0.2". *Satwika : Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, Vol 6(1), 13-22. <https://doi.org/10.22219/satwika.v6i1.19836>

## 1. Pendahuluan

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi utamanya adalah teknologi komunikasi yang melahirkan internet, web dan media sosial, yang memberikan kemampuan kepada banyak orang untuk dapat berkomunikasi di dalam jaringan tanpa dibatasi jarak, waktu, dan wilayah ([Lowisz, 2017](#)). Media baru merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menjelaskan ketergantungan antara teknologi komunikasi digital yang terintegrasi serta terhubung ke dalam jaringan. Contoh dari media yang merepresentasikan media baru adalah dengan adanya internet. Dengan adanya media baru ini juga memungkinkan terbentuknya budaya populer di Indonesia ([Setiawan, 2013](#)). Kekuatan *new media* adalah kemampuan untuk mempermudah dan mempercepat proses mendapatkan informasi dari internet yang dengan mudah diakses menggunakan gawai. Selain itu sifatnya yang berkaitan dengan jaringan juga dapat memberikan respon yang aktif dan interaktif karena dapat digabungkan dengan media digital lainnya seperti penambahan audio maupun video.

Dari penjelasan di atas maka dapat diketahui bahwa kita dapat memanfaatkan media baru sebagai media yang dapat diandalkan dalam mencari informasi yang cepat. Terkait pembentukan perilaku pada penggemar musik dimana musik sebagai produk budaya populer dapat mengonstruksi gaya hidup khalayak sasarannya ([Agustiningasih, 2018](#)). Media baru juga dapat digunakan sebagai media

dalam transaksi jual beli, media hiburan, dan sebagai media komunikasi yang jauh lebih efisien. Perubahan yang ada juga dapat mengikis batasan-batasan pasar tradisional, tidak hanya batas geografis maupun batasan fisik saja, namun juga pasar produk. Adanya teknologi saat ini juga dapat mengaburkan batas antar berbagai jenis media juga pada produk komunikasi di pasar yang sudah ada sebelumnya ([Annas & Rizal, 2019](#)).

Berkembangnya media online yang ada saat ini tidak dapat terlepas dari peranan teknologi yang semakin maju. Perkembangan teknologi mampu mengembangkan ruang gerak baru bagi masyarakat. Menurut O'Brien dalam ([Setiawan, 2013](#)) perilaku manusia dan teknologi memiliki interaksi dalam lingkungan sosioteknologi. Komponen perilaku manusia dan teknologi ini meliputi struktur masyarakat, sistem dan teknologi informasi, masyarakat dan budaya, strategi komunikasi, dan proses sosial.

Masuknya media online di Indonesia memiliki dampak yang cukup masif dalam meningkatkan tekanan publik ([Indrawan, Efriza, dan Ilmar, 2020](#)). Media online ini juga berperan dalam perkembangan dunia musik di Indonesia. Berbagai macam aliran musik seperti pop, jazz, blues, rock, r&b, dan lain lain masuk tanpa bisa terbendung karena adanya globalisasi. Selain aliran musik yang beragam, cara masyarakat dalam menikmati musik tersebut juga menjadi lebih inovatif. Musik dalam pengertian khusus sangat erat kaitannya dengan kegiatan kita dalam mendatangkan

kesenangan melalui media seni suara ([Wiflihani, 2016](#)).

Musik telah menjadi bagian sehari-hari masyarakat Indonesia. Musik diperdengarkan dimanapun, baik dalam perjalanan, saat mengerjakan tugas atau pekerjaan kantor, *live* musik di kafe maupun restoran, hingga gelaran konser musik yang terbuka untuk khalayak umum. Deep Purple merupakan band asal luar negeri pertama yang menggelar konser di Indonesia. Konser yang digelar pada tahun 1975 di Stadion Senayan (saat ini Stadion GBK) ini dihadiri kurang lebih 150.000 penonton dalam dua hari ([Hutari, 2018](#)).

Sudah seperti kebiasaan, setiap tahun selalu ada gelaran konser musik di Indonesia yang diisi oleh berbagai macam bintang tamu mulai dari artis lokal hingga internasional. Namun, belakangan ini seluruh aktivitas menjadi terhambat karena adanya pandemi Covid-19, tidak terkecuali konser musik. Adanya pandemi tentu tidak menyurutkan kreativitas musisi Indonesia, salah satunya adalah Pamungkas. Kiranya pasrah dengan keadaan pandemi, pemilik nama asli Rizki Rahmahadian Pamungkas ini justru semakin rajib menulis lagu. “Gue sadar sih pas lockdown gue menulis lagu, *produce*, karena *stuck* itu. Gue sadar bahwa enggak enak enggak ngobrol dan ketemu sama orang, terlebih gue kan tinggal sendiri” ucap Pamungkas dalam acara Mola Chill Fridays, Jumat ([Riandy, 2021](#)). Pamungkas melanjutkan “Ada perasaan yang tidak keluar seperti anak kecil diambil mainannya”. Pria berusia 28 tahun tersebut akhirnya memilih untuk menuliskan semua keresahannya dalam lagu dan merilis album “Solipsism 0.2”.

Berbeda dari album sebelumnya, “Solipsism”, album “Solipsism 0.2” ini memberikan kesan dengan nuansa yang lebih ceria dan berenergi dengan menggunakan instrumen yang lebih kompleks seperti drum dan terompet. Untuk mendokumentasikan proses penggarapan album “Solipsism 0.2” maupun “Solipsism” yang sebagian besar karyanya diproduksi selama masa pandemi, Pamungkas merilis

rangkaian video berjudul “Solipsism The Series” yang ditayangkan melalui kanal Youtube pribadi Pamungkas dan menggelar konser musik album “Solipsism 0.2” secara online.

Variabel dampak pandemi covid pada penelitian [Septiyan \(2020\)](#) menyatakan bahwa, pandemi Covid-19 menimbulkan dampak yang kurang baik terhadap keberlangsungan budaya musik baik dalam maupun luar negeri. Kebijakan pembatasan sosial atau pembatasan fisik merubah budaya pertunjukan musik secara langsung menjadi budaya pertunjukan musik daring atau *live streaming*, yang pada akhirnya menimbulkan jarak antara pelaku musik/musisi dengan penggemarnya. Namun demikian dengan hasil penelitian [Sinaga \(2020\)](#) menyatakan, pendidikan musik secara luas bukanlah jalan menuju keseniman, melainkan lebih penting dari itu adalah sebuah proses untuk memanusiakan manusia. Menurut [Suwardani \(2015\)](#) hal yang harus diperhatikan dalam berbagai persoalan tersebut adalah nilai-nilai positif budaya dan kearifan lokal harus selalu ditanamkan dalam tataran ideologis dan praksis sehingga dapat membentuk identitas dan karakter budaya yang memiliki kemampuan untuk menjawab tantangan selama pandemi Covid-19 berupa kemampuan menyelesaikan masalah (*problemsolving*), kemampuan adaptasi (*adaptability*), kolaborasi (*collaboration*), kepemimpinan (*leadership*), kreativitas dan inovasi (*creativity and innovation*).

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah yang menarik untuk diteliti diantaranya adalah untuk mengetahui apa peran *new media* terhadap gelaran konser musik dalam era pandemi Covid-19 dan bagaimana peran *new media* dalam mengatasi gelaran konser musik online dengan studi kasus “Pamungkas: The Solipsism 0.2” dan dengan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apa peran *new media* terhadap gelaran konser musik dalam era pandemi Covid-19 dan bagaimana *new*

*media* dapat mengatasi gelaran konser musik online dengan studi kasus “Pamugkas : The Solipsism 0.2”.

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memperkaya ilmu kajian komunikasi terutama dalam bidang perkembangan media baru dan teknologi komunikasi dalam budaya musik Indonesia, menjadi bahan masukan yang bermanfaat bagi industri musik di Indonesia, dan menjadi gambaran bagi para musisi lain yang ingin melakukan pagelaran musik secara online.

## 2. Metode

Pada penelitian kali ini penulis melakukan penelitian kualitatif dan akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata maupun tulisan. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berupaya untuk mengembangkan penelitian yang sudah ada, pengetahuan, serta menguji teori yang telah ada, dan menyusun instrumen sangat penting dalam sebuah penelitian namun mengumpulkan data jauh lebih penting. Proses pengumpulan data dipantau agar data yang diperoleh dapat terjaga validitas dan reliabilitasnya ([Anufia dan Thalha, 2019](#)).

Teknik analisis deskriptif kualitatif menggambarkan dan menginterpretasikan dari data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan fokus kepada aspek situasi yang diteliti ada saat itu sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya. Adapun tujuan dari analisis deskriptif kualitatif adalah untuk menggambarkan secara utuh dan mendalam mengenai kejadian berbagai fenomena yang diteliti ([Khasanah, 2021](#)).

Melalui penelitian ini diharapkan dapat mengetahui apa peran *new media* terhadap gelaran konser musik dalam era pandemi Covid-19 dan bagaimana peran *new media* dalam mengatasi gelaran konser musik online dengan studi kasus “Pamugkas : The Solipsism 0.2”.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan (1)

observasi *non participant* terhadap musisi Indonesia Pamungkas yang menggunakan peran *new media* untuk melakukan gelaran konser musik secara online. (2) mewawancarai 5 orang informan, yang terdiri dari pengguna media yang pernah melakukan kegiatan konser musik melalui media baru Instagram.

Dalam studi ini peneliti melakukan penentuan informan dengan kategori pemilik akun aktif di Instagram, yaitu.

1. <https://www.instagram.com/azizsyah1985/>
2. [https://www.instagram.com/yolana\\_friends/](https://www.instagram.com/yolana_friends/)
3. <https://www.instagram.com/imadinishafira/>
4. <https://www.instagram.com/recklessxoscar/>
5. <https://www.instagram.com/fantagiousmusik/>.

Peneliti menggunakan akun peneliti sendiri

<https://www.instagram.com/riggaaglaia/> untuk dapat mendapatkan informasi dari para informan dan juga peneliti berpartisipasi dalam melakukan kegiatan konser musik melalui Instagram.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini berupa foto, dan video yang diunggah oleh konten kreator di Instagram. Teknik analisis data menggunakan analisis interpretasi teks yang dilakukan dengan mengidentifikasi keseluruhan syair lagu yang memuatkan budaya ([Iswatiningsih dan Fauzan, 2021](#)). Penelitian deskriptif kualitatif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar dan bukan angka yang disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, memo dan dokumen penting lainnya ([Moleong, 2016](#)).

## 3. Hasil dan Pembahasan

Memahami konsep media baru ini menjadi pondasi yang sangat penting saat

membahas tentang media baru. Setiap orang pasti memerlukan informasi untuk mengetahui hal-hal yang terjadi namun sayangnya informasi tersebut tidak bisa didapatkan oleh semua orang yang membutuhkannya. Terdapat batasan-batasan seperti ruang dan waktu yang menjadi tembok pembatas untuk seseorang dapat mendapatkan sebuah informasi. Dengan hilangnya tembok pembatas tersebut tak lantas menjadikan media baru sebagai media yang seratus persen baik untuk digunakan. Hasil studi kami menemukan bahwa banyak kejahatan dan jenis kejahatan baru yang terjadi seiring berkembangnya internet yang menjadi motif hadirnya media baru.

Menurut Effendy pada buku Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek) miliknya dalam [Ratna \(2012\)](#), manusia memiliki beberapa kebutuhan yang dikategorikan berdasarkan sifatnya. Kategori tersebut adalah kebutuhan kognitif, afektif, pribadi, dan sosial secara integratif. Kebutuhan kognitif merupakan kebutuhan mengenai pemahaman terhadap hal-hal yang berkaitan dengan peneguhan informasi. Kebutuhan ini didasarkan oleh rasa penasaran kita dan keinginan penyelidikan sedangkan kebutuhan afektif merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan emosional dan pengalaman-pengalaman yang menyenangkan. Kebutuhan pribadi berkaitan erat dengan kredibilitas dan status individual. Sedangkan kebutuhan sosial secara integratif berkaitan dengan hubungan kontak antar keluarga maupun kerabat, rekan, dan dunia. Menurut [Efendi, Astuti, dan Rahayu \(2017\)](#) Interaksi sosial adalah salah satu ciri utama manusia sebagai makhluk sosial dan proses ini berjalan secara dinamis seiring pertumbuhan dan perkembangan hidup individu yang bersangkutan. Kebutuhan sosial secara integratif inilah yang menjadi dasar mengapa manusia membutuhkan media untuk bersosial, peran media baru yang menjembatani antara individu dan dunia luar sangat berpengaruh besar terhadap perilaku bersosial masyarakat modern. Pada

dasarnya semua musik dapat membangun sebuah emosi dan perbaikan jiwa, tetapi lain halnya pada musik instrumental yang memiliki nilai getaran lebih dan dengan tempo yang lambat akan merangsang otak untuk bekerja lebih rileks ([Wangsa, 2016](#)).

Berdasarkan hasil riset yang dilansir dari *Kompas.com*, lebih dari separuh penduduk Indonesia menggunakan dan aktif di media sosial, memiliki total lebih dari 170 juta pengguna aktif media sosial dan 99.1% diantaranya mengakses menggunakan gawai pribadi pengguna tersebut ([Conney Stephanie, 2021](#)). Hal ini membuktikan bahwa pengaruh media sosial memiliki dampak yang sangat besar karena ruang sosial yang dibawa oleh kehadiran media baru telah menghasilkan platform untuk melakukan interaksi sosial antar warga. Perkembangan teknologi komunikasi (internet dan media sosial) berdampak pada perubahan hubungan sosial antara manusia dan terjadi berbagai pergeseran budaya ([Oktaviana, Abidin, dan Arviani, 2021](#)). Hal tersebutlah yang akhirnya membuat media sosial menjadi dunia yang sangat aktif karena secara bersamaan memproduksi interaksi sosial ([Romeltea, 2019](#)).

Dibanding dengan media lama, media baru memiliki beberapa keunggulan, salah satunya adalah prihal biaya yang dikeluarkan. Dengan menggunakan media baru masyarakat memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan khalayak dari seluruh belahan dunia dengan biaya yang jauh lebih murah dibanding telepon dan media lama lainnya. Perbedaan lain yang paling besar pada segi penggunaan secara individual. Tingkat sosialisasi media baru cenderung lebih individual dibanding media lama yang mengharuskan adanya kontak fisik secara langsung antar individu. Selain itu dalam hal privasi juga media baru cenderung lebih rentan mengalami kebocoran data maupun tindak kejahatan privasi lainnya. Dengan hilangnya keterbatasan yang ada membuat media baru ini menjadi media yang rentan akan kejahatan. Perlu ada kontrol yang lebih baik



dari diri pribadi milenial dan gen Z, yakni membatasi penggunaan digital sesuai kebutuhan. Pembatasan penggunaan gawai akan sangat berarti untuk perkembangan diri milenial dan gen Z ([Fuad, Effendi, dan Ronaning, 2021](#)). Dilansir dari [Puspita \(2015\)](#), aktivitas yang terjadi di media baru dapat memudahkan proses transaksi daripada hal-hal yang kurang baik seperti transaksi pelacur dan gay. Hal ini berarti harus adanya regulasi yang jelas dan tegas terkait dengan pemanfaatan media baru yang semakin beredar luas di masyarakat seiring dengan perkembangan teknologi yang ada.

Pemerintah sebagai ujung tombak kebijakan di Indonesia pun melihat bahwa hadirnya media baru di Indonesia harus disertai dengan regulasi yang tegas pula. Kebijakan regulasi terhadap media yang ada di Indonesia memuat tentang UU Pers dan penyiaran, seperti yang telah diatur dalam UU Nomor 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi publik, UU No. 40 tahun 1999 Tentang Pers, UU No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan UU No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran. Namun sayangnya belum ada undang-undang maupun regulasi yang secara spesifik mengatur tentang penggunaan media baru secara individu.

Media baru memiliki ciri-ciri yang berbeda dari media lainnya, menurut para ahli yang dikutip dari [Karman\(2013\)](#), McQuail mengungkapkan ciri media baru diantaranya digitalisasi dan konvergensi, meningkatkan interaktivitas dan konektivitas, bermunculan aneka bentuk gateway media, dan kaburnya institusi media. Roger mengungkapkan dalam kehadiran media baru menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan interaktivitas, demasifikasi atau adanya sistem pengendalian sistem komunikasi dan jumlah besar, dan memiliki kemampuan untuk mengirim dan menerima pesan sewaktu waktu diinginkan oleh komunikator maupun penerima pesan atau dapat dikatakan asinkronus. Sedangkan Terry Flew mengungkapkan bahwa media

baru berisi kombinasi dari komputer, komunikasi, dan isi.

Dalam proses komunikasi sendiri terdapat enam tahapan yang menjadi proses utama, enam tahapan proses komunikasi tersebut diantaranya yaitu pengirim memiliki ide yang yang menjadi konsep gagasan yang memprakarsai terjadinya komunikasi, hal ini berarti penyampai pesan telah memiliki maksud sebelum berkomunikasi dengan orang lain.

Proses berikutnya adalah dengan mengubah maksud atau gagasan komunikasi tadi menjadi suatu pesan, hal yang harus diperhatikan adalah komunikator wajib untuk membuat pesan tersebut dapat dimengerti oleh target. Menurut Argia, Band Noisewhore yang di lansir oleh [Sabrina \(2020\)](#) "Saya percaya industri musik bisa menemukan alternatif untuk pandemik seperti ini, mungkin salah satunya dengan *live streaming* yang saya jelaskan tadi, walaupun model ekonominya masih harus dipertimbangkan". Terlebih karena pesan seperti gelaran konser ini dilakukan secara searah, maka penting untuk Pamungkas memahami bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Dalam gelaran konser "Pamugkas : The Solipsism 0.2" sendiri situs berita dan media sosial digunakan sebagai media penyampaian secara sistematis sedangkan media sosial berfungsi sebagai *hook* atau pancingan agar dapat menarik peminat dengan lebih cepat. Hal ini lebih efektif karena situs berita dapat memuat banyak informasi yang ingin disampaikan didalamnya dibanding dengan media baru lain namun informasi yang disampaikan bersifat satu arah. Pamungkas menyadari pentingnya komunikasi dua arah dalam memikat pembeli tiket dalam suatu gelaran konser, maka dari itu media sosial dipilih sebagai alternatif yang ada. Dari situs kunjungan "The Solipsism 0.2", masyarakat dapat berinteraksi melalui akun Instagram pribadi @pamunqkas, mengirimkan pesan melalui aplikasi Whatsapp, dan mengirimkan email.

Interaksi yang terjadi ini merupakan salah satu bentuk perhatian yang diberikan dalam komunikasi dua arah karena adanya respons atau umpan balik daripada kedua pihak. Tentu saja berita mengenai diadakannya konser ini bukanlah merupakan hal utama yang ingin disampaikan, dalam sebuah gelaran konser musik salah satu indikator keberhasilan yang dapat dilihat secara langsung adalah jumlah pembeli tiket pada konser tersebut. Penjualan tiket konser “The Solipsism 0.2” merupakan pesan utama yang ingin disampaikan melalui media media yang sudah disebutkan sebelumnya. Dalam “*The Solipsism 0.2 : A day in Yogyakarta*”, komunikator menggunakan platform penjualan tiket online seperti GoTix Indonesia, Locket.com, Shopee, dan Tokopedia.

Setelah mengubah maksud atau gagasan komunikasi, komunikator harus menyampaikan pesan tersebut. Pada tahap ini penting untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan. Hakikat komunikasi adalah penyampaian pesan: harus ada pesan yang disampaikan, dan selama ada pesan yang disampaikan, itulah komunikasi (Vardiansyah, 2017). Ada lebih dari dua puluh situs berita yang memuat tentang gelaran konser “The Solipsism 0.2”. Pamungkas juga menggunakan media sosial pribadinya untuk berinteraksi. Pamungkas menulis “terima kasih; saya mendengar 500 *tix* (tiket via platform GoTix) sudah terjual habis” pada 14 Februari 2021 sambil memberikan gambar persiapan dan kru pada konser kali ini.

Proses yang terjadi setelahnya adalah penerima pesan akan menerima pesan yang telah disampaikan, menafsirkannya, serta memberi tanggapan dan jika komunikasi yang terjadi dua arah maka penerima pesan tersebut akan mengirimkan umpan balik kepada pengirim pesan. Seperti yang di katakan Susanto (2016) pengirim pesan perlu mempertimbangkan bagaimana cara untuk membagikan pesan atau konsep yang akan disukai oleh penerima pesan. Dilansir

dari situs *Hectic Creative*, konser “The Solipsism 0.2” sukses dengan jumlah penjualan tiket mencapai lebih dari 4000+ tiket pada platform *official* yang mereka gunakan. Meskipun bukan semata-mata tentang bisnis, dengan gelaran konser online yang dihasilkan ini juga dapat memberikan dampak secara bisnis, peluang bisnis non konvensional ini lebih memiliki banyak peminatnya dan dapat direspon oleh khalayak (Situmorang, 2013). Dengan menggunakan jasa penjualan tiket pihak ketiga maka pemanfaatan media baru yang satu ini juga dapat disimpulkan memiliki dampak pada bidang bisnis pula seperti yang dikatakan oleh Novi Kurmiawan (2005) bahwa dengan adanya media baru dapat memberi dampak *social change*, yaitu perubahan sosial sekaligus perubahan ekonomi yang terencana dikarenakan tidak ada kontrol pesan dari komunikator maupun penerima pesan.

Dalam sebuah media juga terdapat faktor kepuasan pengguna yang merupakan faktor penting untuk dipertimbangkan. Sebagai perwujudan kesetiaan yang mendalam, kesetiaan konsumen akan nampak dalam perilaku loyal yang diindikasikan oleh komitmen untuk membeli atau menggunakan kembali produk atau jasa tersebut (Fikri, Wiyani, & Suwandar, 2016). Di era saat ini di mana individu sangat aktif dan dinamis dalam beraktivitas dalam media online, akurasi kebenaran suatu media perlu dipertanyakan. Atas dasar itulah rating media menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan oleh masyarakat dalam menimbang berita yang dimuat di media. *Hectic Creative* merupakan perusahaan jasa dibidang komunikasi yang menyediakan jasa yang berhubungan dengan strategi komunikasi. Pamungkas menggunakan situs website *Hectic Creative* sebagai salah satu media publikasi gelaran konser “The Solipsism 0.2” tersebut. Pada situs *Hectic Creative* ini juga mereka menampilkan hasil umpan balik dari penonton konser tersebut yang sebagian besar menyatakan

kegembiraannya dan menunjukkan kepuasan masyarakat dalam berkomunikasi.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, media baru memiliki peranan yang cukup besar seiring berkembangnya internet. Sedangkan peran media baru terhadap gelaran konser musik dalam era pandemi Covid-19 adalah sebagai jembatan antara batasan-batasan yang ada karena ketidakmampuan melakukan gelaran musik secara konvensional dan peran *new media* sangat besar dalam mengatasi gelaran konser musik online dengan studi kasus “Pamungkas: The Solipsism 0.2”.

“Setiap orang punya ide sendiri, punya cara pandangnya sendiri, dan aku hanya akan selalu bermusik. Semuanya tentang musik. Jadi, dalam SOLIPSISM 0.2 kalian akan menemukan musik baru dan perspektif baru,” ujar Pamungkas yang dilansir Prambors FM.

Pandemi ini seakan tidak membuat gentar para musisi Indonesia, terutama Pamungkas. Dia seakan akan ingin terus maju dan lebih menciptakan banyak lagu lagi untuk para penggemarnya.

Awal pandemi ini sangat berdampak terutama bagi pekerja *event* musisi, *crew* di balik layar, dan para musisi Indonesia di semester pertama pandemi Covid ini. Namun, seiring berjalannya waktu dan aktivitas luar ruang yang semakin sedikit menjadikan satu-satunya peluru mereka adalah karya mereka sendiri.

Kreativitas musisi sedang di uji dalam pandemi ini, dimana mereka berlomba-lomba untuk melakukan hal yang unik secara *online* (tidak tatap muka) agar tetap dapat melestarikan budaya musik di Indonesia.

#### 5. Daftar Pustaka

Agustiningih, G. (2018). Konstruksi Gaya Hidup Melalui Musik sebagai Produk Budaya Populer. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 6(2) 16-22. Retrieved from <https://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JKB/article/view/566>.

Anufia, B. dan, Thalha A. (2019). Instrumen Pengumpulan Data. <https://osf.io/preprints/inarxiv/s3kr6/>

Annas, W. F., & Rizal, D. A. (2019). Pemanfaatan Media Baru sebagai Media Bisnis. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 99-115. <https://doi.org/https://doi.org/10.24090/mabsya.v1i1.3153>

Conney, S. (2021, February 24). Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia “Melek” Media Sosial. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>

Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 12-24. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v18i2.5188>

Fikri, S., Wihyani, W., & Suwandaru, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 120-134. <https://doi.org/10.26905/jbm.v3i1.80>

Fuad, S., Effendi, N., & Ronaning, E. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69-87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>

Hutari, F. (2018). Konser Deep Puple 1975: Kericuhan dan Memori Mereka. *Alinea.id*. <https://www.alinea.id/gaya>



- [hidup/konser-deep-purple-1975](#)  
[kericuhan-dan-memori-mereka](#)  
[b1U8P9ffM](#).
- Indrawan, J., Efriza, E., & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1), 1-17. [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Iswatiningsih, D., & Fauzan, F. (2021). Semiotika Budaya Kemaritiman Masyarakat Indonesia Pada Syair Lagu. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(2), 214-228. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i2.18073>
- Karman. (2013). Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini. <http://www.calvertschool.org/Waldspurger/>
- Khasanah, L. U. (2021, Desember 24). Teknik Analisis data Deskriptif Kualitatif. DQLab.id. <https://dqlab.id/penelitian-kualitatif-teknik-analisis-data-deskriptif>.
- Kurmia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 291-296. <https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>
- Lowisz, S. (2017). *The Influence of Social Media in Today's Culture*. <https://www.coursehero.com/file/88040537/Influence-of-Social-Media-in-Todays-Culturepdf/>
- Moleong, L. J. (2016) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Oktaviana, M., Abidin, Z., Heidy, A., & Kusnarto. (2021). Budaya Komunikasi Virtual di Twitter dan Tiktok: Perluasan makna kata estetik. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(2), 173-186. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i2.17560>
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay. *Jurnal Pekommas*, 18(3), 203-212. <http://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2015.1180306>
- Ratna, L. G. P. (2012). *Media Online sebagai Pemenuh Kepuasan Informasi: Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Tingkat Kepuasan Informasi Bagi Kaum Wanita pada Media Online wolipop.com*. Skripsi Sarjana. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. <http://e-journal.uajy.ac.id/1041/>
- Riandy, A. P. (2021). Tak Gentar Pandemi Covid-19, Pamungkas Malah Semakin Rajin Tulis Lagu. Kompas.com. <https://www.kompas.com/hype/read/2021/05/07/213805366/tak-gentar-pandemi-covid-19-pamungkas-malah-semakin-rajin-tulis-lagu>.
- Romeltea. (2019, May 2). Media Baru : Pengertian dan Jenis-Jenisnya. <https://romeltea.com/media-baru-pengertian-dan-jenis-jenisnya/>
- Sabrina, G. (2020). Nasib Hidup Festival Musik di Tengah Pandemi COVID-19. <https://www.whiteboardjournal.com/ideas/music/nasib-hidup-festival-musik-di-tengah-pandemi-covid-19/>.
- Septiyan, D. D. (2020). Perubahan Budaya Musik Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Pertunjukan dan Pendidikan Musik*, 2(1), 31-38.

- <https://doi.org/10.24036/musikolastika.v2i1.37>.
- Setiawan, R. (2013). Kekuatan New Media dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan dalam Mengunggah Video Musik di Youtube). *eJournal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 354-374. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/06/Junal%20Rudi%20Ganji%20\(06-01-13-04-50-33\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/06/Junal%20Rudi%20Ganji%20(06-01-13-04-50-33).pdf)
- Sinaga, F. S. S. (2020). Sustainability Pendidikan Musik Selama Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (Prosnampas)*. 3(1) 980-988. <https://proceeding.unnes.ac.id/index.php/snpasca/article/view/693/612>
- Situmorang, J. (2013). Pemanfaatan Internet Sebagai New Media dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan dan Sosial Budaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 73-91. <https://doi.org/10.26593/jab.v8i1.418.%25p>
- Susanto, T. E. (2016). Pesan dan Respon dalam Proses Komunikasi Pemasaran Kafe Melalui Instagram. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(2), 1-12. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/4830/4439>
- Suwardani, N. P. (2015). Pewarisan Nilai-nilai Kearifan Lokal untuk Memproteksi Masyarakat Bali dari Dampak Negatif Globalisasi. *Jurnal Kajian Bali*, 5(2), 247-264. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kajianbali/article/view/16775/11048>
- Vardiansyah, D. (2017). Ontologi Ilmu Komunikasi: Usaha Penyampaian Pesan Antarmanusia. *Jurnal Komunikologi*, 14(2), 82-88. <https://ejournal.esaunggul.ac.id/index.php/Kom/article/view/2207>
- Wangsa, C. I. (2016). Ambient Song Karya Kelompok Musik Dinding Kota Kajian Tentang Proses Pembuatan dan Pemanfaatan Sebagai Media Meditasi. *Jurnal Seni Musik*. 5(2), 11-17. <https://doi.org/10.15294/jsm.v5i2.11265>
- Wiflihani. (2016). Fungsi Seni Musik dalam Kehidupan Manusia. *Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya*, 2(1), 101-107. <https://doi.org/10.24114/antro.v2i1.7503>