

# Rahman Rigga Aglaia

*by* Turnitin Turnitin

---

**Submission date:** 12-Jan-2022 03:59AM (UTC-0600)

**Submission ID:** 1739096830

**File name:** Rachman\_Rigga\_Aglaia\_A3\_192022000150\_new.docx (100.53K)

**Word count:** 3475

**Character count:** 25236

## Peran Media Baru Terhadap Gelaran Konser Musik di Era Pandemi Covid-19 Studi Kasus “Pamungkas : The Solipsism 0.2”

Rachman Rigga Aglaia<sup>1</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi/Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

### ABSTRAK

Budaya merupakan salah satu komponen perilaku manusia dan teknologi, menurut O'Brien dalam (Setiawan, 2013) Musik telah menjadi budaya dan bagian hidup dari masyarakat Indonesia namun adanya pandemi Covid-19 menghambat seluruh aktivitas masyarakat tidak terkecuali dunia musik. Banyak gelaran musik yang telah dipersiapkan berbulan-bulan jauhnya dan selalu ada setiap tahun terpaksa dibatalkan, namun dengan adanya perkembangan teknologi perubahan ruang kreativitas musisi Indonesia pun berubah. 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. Kesimpulan yang kami hasilkan yaitu media baru dapat dimanfaatkan sebagai media utama yang dapat efisiensi dalam berkomunikasi.

**Kata-kata Kunci:** Media baru; konser musik; budaya musik; musisi pamungkas

### *The Role of New Media in Music Concerts in the Covid-19 Pandemic Era Case Study “Pamungkas : The Solipsism 0.2”*

### ABSTRACT

Culture is one component of human behavior and technology, according to O'Brien in (Setiawan, 2013) 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. Many musical events that have been prepared for months and always take place every year have had to be canceled, but with the development of technology, the creative space of Indonesian musicians has changed. 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 dealing with 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 Covid-19 pandemic as it is today because of existing limitations. Our conclusion is that new media can be used as the main media for efficient communication.

**Keywords:** New media; music concert; music culture; pamungkas musician

Submitted: Januari 2019, Accepted: March 2019, Published: April 2019

ISSN: 2548-3242 (cetak), ISSN: 2549-0079 (online) Website: <http://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi>

**Korespondensi:** Rachman Rigga Aglaia. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Sidoarjo 61215. *Email:* riggaaglaia@gmail.com

## PENDAHULUAN

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), media merupakan alat (sarana) komunikasi untuk menyampaikan suatu informasi. Media dibutuhkan Media dapat dibagi menjadi berbagai macam rupa seperti media cetak, elektronik, film, massa, pendidikan, dan periklanan. Media yang digunakan sehari-hari berkembang seiring berkembangnya teknologi, adanya media online merupakan salah satu contoh hasil perkembangan tersebut. Dalam beberapa tahun terakhir internet memang makin berkembang dengan pesat, internet juga telah dimanfaatkan penggunaannya oleh berbagai macam institusi seperti pada bidang kesehatan, hiburan, hingga bisnis dan media. Cakupan penggunaannya pun semakin luas, anak-anak umur 4-14 tahun saat ini sudah bermain internet dan memiliki telepon selular pribadi. Dengan adanya internet tidak ada lagi batasan akses bagi seluruh masyarakat dengan golongan umur tertentu. Hal yang dapat diakses oleh seorang dewasa berumur 30 tahun juga dapat diakses oleh anak berumur 7 tahun. Beberapa platform dan aplikasi yang sudah ada menerapkan batasan tertentu terhadap hal yang dapat diakses oleh anak-anak namun tidak semua platform menerapkan hal tersebut.

Menurut McLuhan yang dikutip dari (Lidwina Galih Puspa Ratna, 2012) media

online memiliki kekuatan yang tidak dimiliki oleh media cetak dan media elektronik dalam berita online, hal tersebut diantaranya :

- a. Pembaca dapat menggunakan tautan untuk menawarkan pengguna (user) untuk membaca lebih lanjut pada setiap berita
- b. Pembaca dapat mengakses berita baru secara langsung dan sistematis
- c. Kurangnya keterbatasan ruang, informasi yang ada pada online sangat luas
- d. Tersedianya penambahan konten online yang dimiliki media cetak
- e. Dapat menyimpan arsip online dari berbagai jangka waktu yang tidak terbatas

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 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 diatas maka dapat diketahui bahwa kita dapat memanfaatkan media baru sebagai media yang dapat diandalkan dalam mencari informasi yang cepat, 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.

Budaya yang masih melekat pada masyarakat Indonesia modern salah satunya adalah budaya musik. Budaya ini berkembang pada masa masuknya Hindu ke Nusantara. Tidak hanya sebagai bagian dari kegiatan

ritual masyarakat, musik juga menjadi bagian dari kegiatan yang ada di istana seperti menjadi hiburan untuk tamu. Meskipun sempat mengalami kemunduran, dunia musik di Indonesia terus berkembang seiring perkembangan zaman, hingga pada era modern seperti saat ini musik masih digunakan dalam berbagai macam upacara adat, ritual, maupun hanya sekedar hiburan semata.

Masuknya media online di Indonesia memiliki dampak yang cukup masif dalam meningkatkan tekanan publik (Indrawan & 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 telah menjadi bagian sehari-hari masyarakat Indonesia. Musik diperdengarkan dimanapun, baik dalam perjalanan, saat mengerjakan tugas atau pekerjaan kantor, live musik di cafe 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 StadionGBK) ini dihadiri kurang lebih 150.000 penonton dalam dua hari.

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. Sayangnya 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. Alih-alih 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 (7/5/2021). 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.

Berdasarkan latar belakang tersebut kami 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 “Pamugkas : 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”.

Kami 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.

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian kali ini penulis melakukan penelitian kualitatif dan akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata maupun tulisan. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang telah dikumpulkan

oleh peneliti sebelumnya. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dengan menggunakan perantara, data ini didapatkan dari jurnal, buku, maupun media online seperti data pendukung penggunaan media baru sebagai media lainnya (Syafnidawati, 2020). Peneliti memilih untuk menggunakan data sekunder karena beberapa alasan diantaranya untuk menghemat waktu, data sekunder yang ada ini sudah cukup untuk mengkonfirmasi, memodifikasi ataupun berlawanan dengan hipotesis yang diberikan. Teknik analisis data yang digunakan penelitian adalah analisis deskriptif kualitatif. Yaitu adalah analisis yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas, dan menganalisa data atau hasil pengamatan terkait masalah yang diteliti.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berupaya untuk mengembangkan penelitian yang sudah ada, pengetahuan, serta menguji teori yang telah ada, 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 (Thalha et al., 2019). Lewat penelitian ini kami berharap 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 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.

## 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 (Lidwina Galih Puspa 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 erhadap 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 kredensial dan status individual. Sedangkan kebutuhan sosial secara integratif berkaitan dengan hubungan kontak antar keluarga maupun kerabat, rekan, dan dunia. 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.

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. 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 perihal biaya yang dikeluarkan. Dengan menggunakan media baru masyarakat memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan khlayak dari seluruh belahan dunia dengan biaya yang jauh lebih murah dibanding telepon dan media lama lainnya. Perbedaan lain yang paling besar berupa 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. 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 kami kutip 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. 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 “Pamungkas : 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 @pamungkas, 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. 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. 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 (Bidang Politik & Dan Sosial Budaya James 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 ada pada (Novi Kurnia, 2005) menyatakan 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. Dikutip dari (Rachmat Kriyantono, 2006) faktor kepuasan pengguna penting bagi media tersebut karena semakin puas pengguna dengan media yang digunakan, maka akan semakin tinggi rating media tersebut. Di era saat ini dimana 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 yang menunjukkan kepuasan masyarakat dalam berkomunikasi.

## SIMPULAN

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

## DAFTAR PUSTAKA

- 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/10.24090/mabsya.v1i1.3153>
- Bidang Politik, D., & Dan Sosial Budaya James Situmorang, P. R. (2013). *Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan Dan Sosial Budaya*.
- Conney Stephanie. (2021, February 24). *Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia “Melek” Media Sosial*. Kompas.Com.
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2020). KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 8.
- Karman. (2013). *RISET PENGGUNAAN MEDIA DAN PERKEMBANGANNYA KINI*. <http://www.calvertonschool.org/Waldspurger/>
- Lidwina Galih Puspa Ratna. (2012). *MEDIA ONLINE SEBAGAI PEMENUH KEPUASAN INFORMASI (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Tingkat Kepuasan Informasi Bagi Kaum Wanita pada Media Online wolipop.com)*.
- Novi Kurnia. (2005). *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi*.
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay The Usage of New Media to Simplify Communication and Transaction of Gay Prostitute. In *Jurnal Pekommas* (Vol. 18, Issue 3).
- Rachmat Kriyantono. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.
- Romeltea. (2019, May 2). *Media Baru: Pengertian dan Jenis-Jenisnya*.
- Setiawan, R. (2013). *KEKUATAN NEW MEDIA DALAM MEMBENTUK BUDAYA POPULER DI INDONESIA ( Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube )*. 1(2), 355–374.

Syafnidawati. (2020, November 8). *Data Sekunder*.

Thalha, O., Dan, A., Anufia, B., & Islam, E. (2019). *RESUME: INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA*.

# Rahman Rigga Aglaia

## ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Manchester Academy High School

Student Paper

3%

2

[jurnal.unpad.ac.id](http://jurnal.unpad.ac.id)

Internet Source

1%

3

Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar

Student Paper

<1%

4

Submitted to North South University

Student Paper

<1%

5

Submitted to Sogang University

Student Paper

<1%

6

Submitted to Universitas Sebelas Maret

Student Paper

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off