

Manajemen Komunikasi dalam Event Musik Underground di Demajors Records Tangerang

Wahyu Rama Nugraha¹, Luna Safitri Salsabil², Aulian Khairani³

^{1,2,3}Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang, Banten, Indonesia

ramanoegraha1221@gmail.com¹

ABSTRACT

An event is an activity that has a specific purpose and is held to meet the needs of the community. In the modern era like today, event activities have become a rapidly growing phenomenon and are increasingly in demand by many people. Events can be formal activities such as seminars, conferences, or business meetings, as well as non-formal activities such as music concerts, festivals, exhibitions, and so on. This research aims to find out how event management, supporting factors and inhibiting factors in holding Underground music events at Demajors Records Tangerang. The method used is Qualitative research method. The theory used is Communication Management Theory. The paradigm used is constructivism. Data collection techniques were carried out by in-depth interviews, observation and documentation. The results showed that Demajors Records Tangerang has used 4 stages of POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) indicators proposed by Parag Diwan.

Keywords : *Music Event, Communication Management, Festival.*

ABSTRAK

Acara atau event merupakan suatu kegiatan yang memiliki tujuan tertentu dan diadakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam era modern seperti saat ini, kegiatan event telah menjadi sebuah fenomena yang berkembang pesat dan semakin diminati oleh banyak orang. Event dapat berupa kegiatan formal seperti seminar, konferensi, atau pertemuan bisnis, maupun kegiatan non-formal seperti konser musik, festival, pameran, dan lain sebagainya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen event, faktor pendukung dan faktor penghambat dalam menggelar event musik Underground di Demajors Records Tangerang. Metode yang digunakan adalah metode penelitian Kualitatif. Teori yang digunakan adalah Teori Manajemen Komunikasi. Paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Demajors Records Tangerang telah memakai 4 tahap POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) indikator yang dikemukakan oleh Parag Diwan.

Kata kunci : *Event musik, Manajemen Komunikasi, Festival.*

PENDAHULUAN

Musik *underground* atau bisa di sebut (musik bawah tanah) adalah jenis musik yang melibatkan band dan musisi yang tampil di luar arus utama, biasanya dengan menciptakan improvisasi dan berupaya mempromosikan karya mereka dilakukan secara mandiri. Live music adalah salah satu platform yang digunakan musisi agar kreasi mereka didengar. Biasanya kegiatan yang lebih dikenal dengan sebutan pertunjukan seni musik dalam bahasa Indonesia ini dilakukan di tempat tertentu, di mana konsep dari kegiatan ini adalah menampilkan pertunjukan kelompok secara langsung kepada penonton. Biasanya Musik *Underground* memainkan live music agar musik mereka didengar atau untuk memuaskan

para penggemar musik *underground* (Nugraha, Gunardi, Muhtadin, Ilmu, & Universitas, 2017).

Dalam bentuknya yang paling murni, musik *underground* dikenal keras, komprehensif, dan menarik. Sejalan dengan berkembangnya waktu, musik *underground* menjadi lebih terorganisir, tapi selalu memiliki suasana yang keras dan semua liriknya kritis. Secara keseluruhan, lagu-lagu ini memiliki keunikan tersendiri, baik yang mencerminkan peristiwa nyata, keadaan yang terjadi di masyarakat, maupun situasi tertentu yang dihadapi oleh musisi dan komunitasnya. Masih banyak lagi latar belakang lain yang ikut berperan dalam pembuatannya (Razzali, 2016).

Namun, masyarakat mempunyai stereotip negatif terhadap musik *underground* khususnya di Kota Tangerang, karena masyarakat menganggap bahwa musik aliran keras sering dikaitkan dengan stereotip negatif seperti : kekerasan, kemarahan, atau perilaku anti sosial. Beberapa orang mungkin mengasumsikan bahwa penggemar musik aliran keras memiliki sikap atau perilaku yang agresif atau tidak terkendali hanya berdasarkan penampilan dan gaya musik yang mereka pilih (Pradyansyah, Mulya, & Mazdafiah, 2021).

Demajors Independent Music Industry (DIMI), yang sering dikenal sebagai demajors, berbeda dari label rekaman musik arus utama di Indonesia. Sebagai label musik sidestream, demajors lebih menekankan pada idealisme para musisi. Fokus utama demajors adalah mendistribusikan dan mempromosikan karya-karya mereka tanpa membatasi jenis musik yang mereka hasilkan maupun ikut campur dalam pengaturan aransemen musiknya. Meskipun begitu, musik yang diproduksi oleh demajors tetap memperhatikan kualitas dan tidak asal-asalan. Salah satu acara musik yang diselenggarakan oleh Demajors Tangerang tahun 2023 yaitu "Ruang Imagi" merupakan acara dengan bermacam konsep Summer Funk dimana acara musik ini diadakan oleh Demajors Tangerang dengan genre punk rock, para talent band yang mengisi acara diharuskan memakai baju pantai, yang bertujuan untuk santai dalam membawakan karya lagu-lagunya layaknya bersantai-santai di tepi pantai, dengan konsep Summer Funk bisa diadakan dimana saja dan tidak mengganggu siapapun sama sekali.

Selain itu, Event Musik *Underground* di Demajors Records Tangerang ini terdapat beberapa hambatan, seperti: permasalahan perizinan dari pemerintahan/instansi setempat, faktor cuaca yang tidak bisa diduga-duga, kerusakan di stage dan sering terjadi kejahatan seperti perampasan alat elektronik seperti hp dan barang berharga pribadi (Pradyansyah et al., 2021). Hal itu menjadi tantangan besar untuk Demajors Records Tangerang dalam menyelenggarakan sebuah event musik di Kota Tangerang maka dari itu, dibutuhkannya penerapan atau mengaplikasikan ilmu manajemen komunikasi dalam menyelenggarakan event musik yang tepat yakni perencanaan (planning), koordinasi (coordination), evaluasi (evaluation), oleh Demajors Records Tangerang dalam menyelenggarakan sebuah event musik *underground* di Kota Tangerang tahun 2023 (Novisyarmenha, Hairunnisa, & Althalets, 2020).

Dalam sebuah event membutuhkan manajemen yang baik agar bisa jalan dengan sukses dan selaras dengan misi yang diinginkannya. Manajemen event mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, penganggaran, pelaksanaan, dan evaluasi event. Dalam

proses event, terdapat berbagai aspek yang harus diperhatikan seperti pemilihan lokasi, pemilihan tema, penentuan target audiens, pengaturan teknis, dan lain sebagainya. Dalam penyelenggaraan sebuah acara, manajemen komunikasi adalah bidang ilmu yang berperan dalam mengembangkan dan merancang kegiatan yang bertujuan mengumpulkan sekelompok orang di satu lokasi. Acara-acara tersebut selalu membawa tema-tema menarik yang dapat memunculkan berbagai program dan gaya dari berbagai jenis event atau festival yang diadakan. Namun, meskipun telah dilakukan manajemen yang baik, masih terdapat beberapa event yang mengalami kegagalan atau tidak sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Hal ini bisa dikarenakan oleh banyak faktor mulai dari minimnya perencanaan, pengaturan teknis yang tidak tepat, atau kurangnya pengawasan selama pelaksanaan (Anggoro, Susanto, Arifin, Nugroho, & Purwati, 2023).

Dengan ini peneliti ingin meneliti bagaimana manajemen komunikasi dalam event musik *underground* di Demajors Records Tangerang, karena dari pengamatan peneliti Demajors Records Tangerang selaku label rekaman dan event, Demajors juga sering mengadakan Event Musik dari lintas Genre salah satunya musik dengan aliran keras dan tentunya suatu event musik yang diselenggarakan oleh Demajors Records Tangerang pasti ada beberapa hambatan yang menarik untuk di teliti oleh peneliti.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. Creswell mendefinisikan pendekatan kualitatif berbasis metodologi sebagai proses penelitian sistematis dan komprehensif yang menyelidiki fenomena sosial dan masalah manusia (Wijyaningrum, 2018). Penelitian kualitatif berupaya memberikan penjelasan komprehensif atas kejadian-kejadian dengan melakukan pengumpulan data secara menyeluruh. Penelitian ini tidak mengutamakan ukuran populasi atau pengambilan sampel; pada kenyataannya, populasi atau sampelnya terbatas (Rosilawati, 2020).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme untuk mengetahui bagaimana realitas sosial yaitu Event Musik Underground yang diselenggarakan oleh Demajors Records Tangerang dapat diatasi dan ingin mengetahui bagaimana pihak Demajors Records Tangerang dalam menyelenggarakan Event Musik manajemen komunikasi yang dilakukan kepada tim event. Selain itu juga memiliki keterkaitan dengan tujuan peneliti untuk mengetahui proses manajemen komunikasi yang dilakukan oleh pihak Demajors Records terhadap audience dalam menyelenggarakan Event Musik Underground. Paradigma ini berpendapat bahwa anggapan identitas pada objek bergantung pada cara kita mengartikulasikan pemikiran kita, kerangka linguistik yang digunakan untuk menyampaikan ide-ide kita, dan cara kolektif sosial mengasimilasi pertemuan kolektif mereka (Tirta, 2014).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori manajemen komunikasi. Menurut Parag Diwan (1999), Manajemen komunikasi adalah proses penggunaan berbagai strategi dan teknik untuk mengelola aliran informasi antara individu, kelompok, atau organisasi. Proses ini melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi untuk memastikan pesan disampaikan dengan efektif dan efisien. Manajemen komunikasi

bertujuan untuk mengoptimalkan interaksi, memperbaiki hubungan, dan mencapai tujuan organisasi melalui pengelolaan komunikasi internal dan eksternal. Dengan pengelolaan yang baik, komunikasi dapat meningkatkan kerja sama, meminimalkan kesalahan, dan memperkuat citra organisasi di mata publik (Hasmawati, 2019).

Manajemen melibatkan perencanaan dan pemikiran ke depan. Sementara itu, manajemen komunikasi adalah proses yang memanfaatkan berbagai sumber daya komunikasi secara terintegrasi, melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian unsur-unsur komunikasi. Tujuannya adalah untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan secara efektif (Hasmawati, 2019).

Objek penelitian ini adalah Demajors Records Tangerang yang beralamat di Van Koffie, Sukaasih, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15111. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif meliputi transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, interpretasi data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, peneliti menemukan sebuah keberhasilan dari sebuah event yang diselenggarakan Demajors Records Tangerang pada tahun 2023, dengan manajemen komunikasi yang baik Demajors Records Tangerang berhasil menyelenggarakan event yang berhasil digelar pada tahun 2023 yaitu : Ruang Imagi "Summer Funk" dengan nuansa Pantai walaupun musik underground.

Keberhasilan event musik yang digelar Demajors Tangerang pada tahun 2023 yang didorong karena beberapa faktor pendukung, yaitu dari faktor pendukung yang pertama adalah Sponsorship karena Sponshorsip ini memberikan benefit yang cukup banyak kepada event musik yang digelar oleh Demajors Tangerang, dan yang kedua ada perizinan kepada pihak instansi dan masyarakat setempat, mereka menggelar event musik tersebut atas izin dari pihak instansi setempat, jikalau mereka tidak diizinkan untuk menggelar sebuah event musik, maka tidak akan berjalan dengan semestinya dan sebaik-baiknya.

A. Manajemen Komunikasi Demajors Records Tangerang

Tahapan manajemen komunikasi yang dilakukan oleh Demajors Records Tangerang ada 4 tahapan yang di impelementasikan. Tahap-tahap ini dilakukan secara berurut agar event berjalan dengan baik. Agar event berjalan dengan baik hal yang paling penting adalah tahapan Perencanaan, komunikasi memiliki peran yang cukup penting untuk berkoordinasi dan berinteraksi dengan berbagai pihak.

Tentunya dalam temuan penelitian ini, Demajors Tangerang mempunyai cara tersendiri, dengan memanfaatkan manajemen komunikasi dalam menyelenggarakan event dengan 4 tahapan, yaitu : tahap perencanaan, tahap pengorganisasian, tahap pelaksanaan, tahap pengawasan. Hasil pembahasan dari penelitian ini tentang 4 tahap manajemen komunikasi dalam event adalah sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan yang dimaksud ialah meriset/meneliti terlebih dahulu sebuah event yang sudah di laksanakan oleh promotor tertentu, tahap riset ini ialah tahapan yang dilakukan untuk menyempurnakan dalam suatu event, kebutuhan informasi yang banyak untuk mendapatkan beberapa riset agar mempunyai referensi yang lebih banyak ketika ingin membuat suatu event. Sebelum membuat suatu event, Demajors Records Tangerang menjalankan proses pembuatan suatu event ini menggunakan tahap riset, Demajors Tangerang pasti memakai tahap riset ini, menurut pihak manajemen Demajors Tangerang tahap ini sangat penting untuk kelancaran sebuah event yang akan digelar oleh Demajors Tangerang, tahap riset ini melakukan sebuah riset terhadap event-event yang sudah digelar di Indonesia.



Gambar 1. Tahap Perencanaan

2. Tahap Pengorganisasian

Tahap pengorganisasian yang dimaksud ialah dimana sebuah proses untuk membuat/merencanakan suatu gambar yang akan dibuat pada suatu event, design juga dapat merujuk kepada suatu objek, motif, pola dan corak. Berkaitan dengan hasil wawancara kepada pihak manajemen Demajors Records Label Tangerang, mereka juga mengatakan yang harus dipersiapkan pada tahap *design* ini yaitu : konsep acara, tata letak dan dekorasi, pemilihan warna, materi promosi dan penyusunan jadwal visual. Beberapa penjelasan diatas yang harus dipersiapkan pada tahap *design* yaitu :

- a. Konsep acara yaitu dimana dengan mengembangkan konsep umum untuk beberapa *design* yang akan dibuat, lalu dikaitkan dengan bagian acara untuk diproses lebih lanjut.
- b. Tata letak dan dekorasi yaitu dimana merancang bagian tata letak panggung, area penonton, *lightning* dan lainnya.
- c. Pemilihan warna yang sesuai dengan beberapa konsep acara, pemilihan warna ini juga penting untuk menarik perhatian pengunjung.
- d. Materi promosi yaitu seperti poster, undangan, tiket dan brosur, materi promosi ini mementingkan estetika dalam penyampaian pesan kepada *audiense* agar dapat menarik perhatian *audiense*.
- e. Penyusunan jadwal visual adalah merancang suatu jadwal visual atau timeline acara agar lebih terstruktur dan membantu tim memahami alur acara.

3. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan jantung dari semua perencanaan yang telah dilakukan. Ini adalah saat pesan mulai disebarluaskan kepada target audiens. Berikut adalah beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam tahap pelaksanaan:

a. Peluncuran Kampanye

Pilih waktu yang tepat untuk meluncurkan kampanye. Misalnya, menjelang akhir pekan atau saat aktivitas audiens di media sosial sedang tinggi. Gunakan berbagai saluran komunikasi yang telah direncanakan sebelumnya, seperti media sosial, email, poster, dan website. Pastikan semua pesan yang disampaikan konsisten dengan tujuan dan citra acara.

b. Penggunaan Teknologi

Media Sosial Manfaatkan fitur-fitur yang ada di platform sosial media, seperti Instagram Stories, Facebook Live, dan Twitter Polls. Website Pastikan website acara berfungsi dengan baik dan mudah diakses. Kirim email blast secara berkala kepada daftar email yang telah terkumpul.

c. Kerjasama dengan Pihak Lain

Pihak Demajors Tangerang juga mengatakan koordinasi bukan hanya kepada internal saja, melainkan juga harus izin kepada pihak eksternal atau pihak Instansi setempat. Tahap koordinasi dalam manajemen event merupakan hal penting yang memastikan acara berjalan dengan lancar dan sukses. Dengan koordinasi yang baik, semua aspek acara dapat terhubung dengan mulus, menciptakan pengalaman tak terlupakan bagi peserta dan memastikan tercapainya tujuan acara. Terlepas dari tantangan yang mungkin dihadapi, koordinasi yang efektif dapat mengatasi hambatan dan menjadikan acara tersebut sukses seperti yang dibayangkan.

4. Tahap Pengawasan

Tahap pengawasan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari manajemen komunikasi. Dengan melakukan pengawasan secara sistematis, kita dapat memastikan bahwa upaya komunikasi yang telah dilakukan memberikan hasil yang optimal. Pengawasan dalam konteks ini merujuk pada proses pemantauan dan evaluasi terhadap seluruh aktivitas komunikasi yang telah direncanakan dan dilaksanakan selama event. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan target audiens, efektif dalam membangun citra event, dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pemantauan Selama Event:

- Pantau secara real-time sentimen publik, jumlah tagar yang digunakan, dan interaksi audiens di platform media sosial yang relevan.
- Lakukan observasi langsung terhadap interaksi antara penonton, band, dan tim penyelenggara. Perhatikan juga kelancaran komunikasi internal tim.
- Pantau pemberitaan media cetak, online, dan televisi terkait event.

Meningkatkan efektivitas komunikasi: Dengan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, Anda dapat menyusun strategi komunikasi yang lebih baik untuk event selanjutnya. Dengan memahami kebutuhan dan harapan audiens, Anda dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan mereka. Event yang sukses akan berkontribusi pada

peningkatan reputasi Demajors Records sebagai penyelenggara event musik underground yang berkualitas.

B. Hambatan Demajors Records Tangerang

Manajemen komunikasi dalam event musik underground di Demajors Records Tangerang memang memiliki tantangan tersendiri. Namun, dengan pemahaman yang mendalam tentang hambatan-hambatan yang ada dan penerapan solusi yang tepat, Anda dapat mengatasi tantangan tersebut dan mencapai kesuksesan dalam event. Berikut ini adalah beberapa faktor yang menghambat Demajors Records Tangerang dalam membuat sebuah event.

1. Target Audiens yang Spesifik dan Terfragmentasi

- **Preferensi Musik yang Beragam:** Scene musik underground memiliki sub-genre yang sangat spesifik, sehingga pesan komunikasi harus disesuaikan dengan masing-masing segmen.
- **Saluran Komunikasi yang Berbeda:** Setiap sub-genre memiliki platform dan media sosial yang berbeda, membuat penyampaian pesan menjadi lebih kompleks.

2. Anggaran yang Terbatas

- **Promosi:** Anggaran yang terbatas membuat pilihan promosi menjadi terbatas. Sulit untuk melakukan kampanye promosi besar-besaran.
- **Teknologi:** Penggunaan teknologi untuk komunikasi, seperti website atau aplikasi, mungkin tidak optimal karena keterbatasan biaya.

3. Kurangnya Infrastruktur

- **Teknologi:** Fasilitas seperti sound system yang memadai dan pencahayaan yang baik mungkin tidak tersedia, sehingga pesan visual dan audio tidak dapat disampaikan secara optimal.
- **Jaringan:** Koneksi internet yang tidak stabil dapat menghambat promosi melalui media sosial atau live streaming.

4. Koordinasi yang Kompleks

- **Banyak Pihak yang Terlibat:** Selain musisi, ada banyak pihak yang terlibat seperti venue, sponsor, vendor, dan media. Koordinasi yang baik antar semua pihak sangat penting, namun seringkali sulit untuk dicapai.
- **Perubahan yang Tiba-Tiba:** Rencana acara bisa berubah secara mendadak, sehingga pesan komunikasi juga harus disesuaikan dengan cepat.

5. Kurangnya Data dan Analisis

- **Efektivitas:** Sulit untuk mengukur efektivitas kampanye promosi karena kurangnya data yang terstruktur.
- **Perbaikan:** Tanpa data, sulit untuk melakukan evaluasi dan perbaikan pada strategi komunikasi.

6. Persaingan yang Ketat

- **Banyaknya Event:** Banyak event musik underground yang digelar secara bersamaan, membuat persaingan untuk menarik perhatian audiens menjadi semakin ketat.
- **Perubahan Tren:** Tren di scene musik underground berubah dengan cepat, sehingga strategi komunikasi harus terus diperbarui.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa manajemen komunikasi sangatlah penting dalam membuat sebuah acara atau event. Sehingga event tersebut bisa berjalan dengan baik dan sesuai dengan apa yang sudah direncanakan. Sesuai dengan teori manajemen komunikasi, Demajors Records Tangerang telah menerapkan manajemen komunikasi dengan sangat baik dan teliti dalam mempersiapkan pada event musik underground. Dimulai dari tahap perencanaan, Demajors melakukan riset terlebih dahulu sebuah event yang sudah dilakukan oleh promotor terdahulu. Tahap pengorganisasian, disiapkan lebih matang dan siap lagi seperti konsep acara hingga promosi. Tahap pelaksanaan hingga pengawasan dilakukan dengan sangat detail dan memantau kondisi dengan baik. Dalam pelaksanaan dalam sebuah event memang tidak terlepas dari yang namanya hambatan. Hal-hal yang tidak diduga pasti akan datang, faktor yang menghambat Demajors ialah kurangnya anggaran, kurangnya infrastruktur, miskomunikasi dll menjadi hal yang biasa. Namun, jadikan hambatan tersebut sebagai evaluasi untuk menjadikan event-event seterusnya menjadi lebih baik lagi.

Penelitian ini dapat dijadikan referensi atau sumber bacaan bagi akademisi dan peneliti di masa depan yang tertarik dalam mengeksplorasi strategi komunikasi di berbagai instansi atau melakukan penelitian serupa. Selain itu, diharapkan penelitian berikutnya dapat memperluas cakupan studi dengan menerapkan teori yang berbeda dan mengaitkannya dengan strategi komunikasi humas pada berbagai jenis instansi, baik yang sejenis maupun yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Ayub Dwi, Susanto, Happy, Arifin, Rizal, Nugroho, Oki Cahyo, & Purwati, Eli. (2023). *Manajemen Event Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo*. 7(1), 570–580. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4434/http>
- Hasmawati, Fifi. (2019). MANAJEMEN DALAM KOMUNIKASI * Dosen KOMI Pascasarjana UIN Sumatera Utara ** Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FDK UINSU *** Menyelesaikan S3 Komunikasi Islam PPs UINSU. *Manajemen Dalam Komunikasi*, 7(2), 1–11.
- Novisyarmenha, Meena, Hairunnisa, & Althalets, , Fareis. (2020). Manajemen Komunikasi Konflik Dinas Pariwisata Kota Samarinda Dalam Penyelenggaraan Event Festival Mahakam Ke Xviii Tahun 2018. *Manajemen Komunikasi Konflik Dinas Pariwisata Kota Dalam Event Festival (Meena)*, 8(1), 249–260.
- Nugraha, Handriansyah, Gunardi, Gugun, Muhtadin, Teddi, Ilmu, Fakultas, & Universitas,

- Budaya. (2017). *Budaya lokal dalam musik*. 7, 411–425.
- Pradyansyah, Luthfan, Mulya, Teguh Wijaya, & Mazdafiah, Siti Yunia. (2021). Kehidupan Straight Edge Musik Hardcore Pada Lingkup Masyarakat. *Calyptra*, 9(2), 1–217.
- Razzali, Abang Jeffri. (2016). Perilaku Remaja Penggemar Musik Punk di Kota Sanggau Provinsi Kalimantan Barat. *SOCIOLOGIQUE-Jurnal Sosiologi*, 4(4), 1–15.
- Rosilawati, Y. (2020). Manajemen Event “Hyatt Pink Ribbon” Hotel Hyatt Regency Yogyakarta Tahun 2019. *Prosiding UMY Grace, 2020*, 968–976.
- Tirta, Destlia. (2014). Paradigma Konstruktivisme. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, (48), 47–60.
- Wijyaningrum, Satwika Rosyida. (2018). Analisis Manajemen Event Gumelem Ethnic Carnival Tahun 2016 dalam Melestarikan Kebudayaan di Gumelem, Banjarnegara. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–85.