

KONSER VIRTUAL SEBAGAI REKONSTRUKSI RELASI KOMUNIKASI ANTARA MUSISI DAN AUDIENS DALAM INDUSTRI MUSIK INDONESIA

Muhammad Rifki Adinur Zein¹, Eni Maryani², dan Nuryah Asri Sjafirah³

¹Sekolah Vokasi, Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

^{2,3}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

E-mail: ¹rifki@unpad.ac.id; ²eni.maryani@unpad.ac.id; ³nuryah.asri@unpad.ac.id

ABSTRAK. Pandemi Covid-19 dan kebijakan pembatasan sosial menyebabkan industri musik, khususnya konser luring, mengalami stagnasi sehingga promotor dan musisi terdorong mencari bentuk penyelenggaraan baru berbasis teknologi digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis konser virtual sebagai dinamika industri musik Indonesia sekaligus melihat bagaimana praktik tersebut merekonstruksi relasi komunikasi antara musisi dan audiens, dengan studi kasus *Wave Djawa Virtual Concert* yang disiarkan melalui kanal YouTube Hellprint Official. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan yang dipilih secara purposif, observasi terhadap tayangan konser virtual di YouTube (termasuk karakteristik konten, jumlah penonton, dan interaksi di kolom komentar), serta studi literatur sebagai landasan konseptual. Analisis data dilakukan secara induktif dengan model Miles dan Huberman melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan-verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konser virtual membentuk segmen penonton baru dan memperlihatkan adaptasi musisi serta promotor terhadap teknologi digital, sehingga memperluas jangkauan audiens dan menjaga keberlanjutan aktivitas industri musik di masa krisis. Konser virtual juga merepresentasikan konvergensi media, di mana unsur komunikasi tetap berlangsung namun bergeser ke medium digital sehingga interaksi menjadi tidak langsung dan berpotensi tertunda. Selain itu, praktik ini menguatkan hubungan komunikasi parasosial melalui kedekatan emosional yang dibangun lewat fitur platform dan pola konsumsi daring, serta mendorong terbentuknya kebiasaan baru dalam menikmati pertunjukan musik.

Kata Kunci: Media Digital; Konser Virtual; YouTube; Industri Musik

VIRTUAL CONCERTS AS THE RECONSTRUCTION OF COMMUNICATION RELATIONS BETWEEN MUSICIANS AND AUDIENCES IN THE INDONESIAN MUSIC INDUSTRY

ABSTRACT. *The Covid-19 pandemic and social-distancing policies severely disrupted Indonesia's music industry, particularly offline concerts, forcing promoters and musicians to adopt digital alternatives to sustain live music experiences. This study aims to examine virtual concerts as a dynamic transformation within Indonesia's music industry and to explain how such practices reconstruct communication relations between musicians and audiences, using Wave Djawa Virtual Concert streamed on Hellprint Official's YouTube channel as a case study. The research employs a qualitative approach with a case-study design. Data were collected through in-depth interviews with purposively selected informants, systematic observation of the YouTube concert stream (including content characteristics, recorded viewership, and audience interaction in the comment section), and a literature review to support the conceptual framework. Data analysis followed an inductive logic and Miles and Huberman's interactive model, involving data reduction, narrative display, and conclusion drawing/verification. The findings indicate that virtual concerts generate a new audience segment and reveal the adaptive strategies of musicians and promoters in adopting digital technologies, thereby expanding reach and helping the industry remain operative during crisis conditions. Virtual concerts also represent media convergence: core communication elements persist, yet the channel shifts to digital platforms, making interaction mediated, less immediate, and potentially delayed due to technical constraints. Moreover, the practice strengthens parasocial communication by fostering perceived intimacy and emotional connectedness through platform features and online participation, while simultaneously encouraging new routines and lifestyles in consuming live music performances. Abstract is written concisely and factually, includes the background of research, the purpose of research, the method of research, the result and conclusion of research. Abstract is written in one paragraph, font Times New Roman 11, italic and 1 spacing.*

Keywords: Media Digital; Virtual Concert; YouTube; Music Industry

PENDAHULUAN

Masuknya virus covid-19 di Indonesia menyebabkan adanya pemberlakuan aturan pembatasan jarak sosial atau biasa disebut *social distancing* yang dibuat oleh pemerintah guna mencegah penyebaran virus covid-19. Dengan

adanya aturan tersebut, banyak industri-industri yang terkena dampak. Salah satu industri yang terkena dampak akibat virus covid-19 ini adalah industri musik khususnya konser musik. Kiki Aulia selaku penggiat *live event* (konser musik) mengatakan bahwa dampak dari pandemi bukan hanya kepada musisi, tetapi para *crew* yang

bekerja di balik layar, *vendor*, promotor, dan *show management* semua berantakan *cash flow*-nya (Sabrina, 2020). Sejak adanya larangan atau aturan *social distancing*, industri musik adalah industri yang sampai tahun 2021 belum sama sekali beroperasi di Indonesia lebih tepatnya adalah penyelenggaraan konser musik (Yanwardhana, 2021).

Konser atau festival musik itu sendiri adalah acara budaya yang penting, baik untuk pengalaman pribadi maupun kolektif. Seperti banyak acara seni dan hiburan lainnya, konser musik memberikan peluang untuk pengayaan sosial dan budaya, bisnis, dan pengembangan ekonomi seperti promosi tempat, dan pemasaran wisata (Getz, 2012). Dalam konser musik, ada bisnis yang harus dijalankan di dalamnya. Suatu bisnis pada penyelenggaraan konser musik dapat diterapkan melalui model bisnis. Model bisnis itu sendiri adalah penggambaran atas dasar pemikiran mengenai bagaimana para pelaku bisnis menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010). Tujuan dari penerapan model bisnis adalah untuk memahami poin-poin umum atau penting dari bisnis itu sendiri, dan mengurangi fokus pada aktivitas yang sifatnya detail. Salah satu model bisnis yang dapat diterapkan dalam industri musik adalah model bisnis kanvas (Maulana & Alamsyah, 2017). Dalam model bisnis kanvas, terdapat elemen mengenai *customer segment*. Segmentasi pelanggan menjadi hal penting dalam konser musik, karena menjadi salah satu sumber pendapatan bagi pelaku bisnis. Sebagai contoh, festival musik Coachella pada tahun 2019, pemasukan dari seluruh tiket yang terjual mencapai 3,18 juta dollar amerika (Ulrich, 2020). Ini membuktikan bahwa, jika menentukan segmentasi pelanggan dengan tepat, maka konser musik tersebut akan banyak ditonton oleh masyarakat.

Masyarakat memang menjadi salah satu poin penting dalam ekosistem industri musik. Adanya virus covid-19 membuat masyarakat belum bisa menikmati konser musik secara *live*. Pada tanggal 17 Juni 2020 di Amerika Serikat, dilakukan survei kepada 2000 orang dewasa mengenai pentingnya musik di kehidupan mereka. Dari empat poin penting mengenai efek dari musik, terdapat poin yang menyatakan tentang konser musik virtual (Harman, 2020). Dalam survei tersebut menjelaskan bahwa musik dapat membantu setiap individu orang saling terkoneksi dengan individu lainnya. Survei menunjukkan bahwa 80,1% orang menggunakan selera musik yang sama untuk berhubungan dengan orang lain. Dan ini melampaui perca-

kapan langsung. Faktanya, 64,2% responden survei mengatakan bahwa menonton pertunjukan musik virtual membantu mereka merasa terhubung dengan orang lain saat kota-kota dalam keadaan *lockdown*. Musik memang selalu menjadi perbincangan yang menarik di masyarakat. Contohnya, konser musik virtual yang diselenggarakan oleh grup musik asal korea yaitu BTS, ditonton kurang lebih 114 juta orang di seluruh dunia dan menjadi trending topik pada saat konser diselenggarakan (Kurnialam, 2020). Di tengah aktivitas yang terbatas saat pandemi, masyarakat masih sempat untuk menonton konser virtual, yang berarti dapat disimpulkan bahwa konser musik di tengah pandemi adalah kebutuhan penting bagi masyarakat.

Konser musik virtual adalah salah satu hasil bentuk adaptasi dari adanya virus covid-19 (Septiyan, 2020). Terbatasnya aktivitas manusia akibat kondisi yang dialami secara global diakibatkan oleh virus covid-19, menjadikan masyarakat menggunakan teknologi agar memudahkan mereka untuk mencapai tujuannya (Latuheru & Irwansyah, 2018). Contohnya adalah ketika ingin memesan transportasi roda dua, masyarakat harus menunggu dipinggir jalan atau mendatangi langsung tempat pangkalannya. Untuk memudahkan aktivitas tersebut, maka dibuatlah sebuah inovasi teknologi yaitu adanya aplikasi untuk memesan transportasi roda dua, sama halnya dengan konser musik virtual. Keadaan yang tidak memungkinkan menyelenggarakan konser musik di tengah pandemi, akhirnya para pelaku di industri musik khususnya promotor menggelar konser musik dengan memanfaatkan media sosial dalam penyelenggaraannya.

Media Sosial adalah teknologi berbasis internet yang memungkinkan komunikasi terjadi lebih bebas dan mengalir di antara penggunanya. Media sosial merupakan sebuah alat komunikasi baru, meningkatkan komunikasi melalui audio dan visual (Taylor et al., 2012). Terdapat beberapa fitur dalam media sosial, salah satunya adalah *media sharing spaces* (ruang berbagi media). Ruang berbagi media ini memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk menyebarkan konten media berupa suara, gambar, dan video di waktu yang bersamaan.

Media sosial dalam konteks komunikasi memiliki potensi dalam menyebarkan pesan informatif kepada audiens yang menggunakannya, selain itu media sosial juga dapat menciptakan budaya baru melalui interaksi antara pembuat konten atau penyebar informasi dengan audiensnya, contohnya seperti penyelenggaraan pertunjukan musik melalui media

sosial. Konten pertunjukan musik melalui media sosial memberikan suatu informasi kepada audiennya berupa hiburan, lalu adanya budaya baru yang dibentuk di media sosial, seperti jika kita menyukai suatu konten tersebut atau menyukai musisi yang sedang tampil, kita tinggal klik tombol suka, atau jika ingin berdiskusi kita tinggal memakai fitur komentar. Media sosial memiliki unsur-unsur komunikasi, yaitu komunikasinya adalah pembuat konten, pesannya adalah isi konten, komunikasinya adalah audiens yang menonton konten tersebut, salurannya adalah aplikasi yang digunakan untuk menyebarkan konten, dan efeknya adalah kepuasan dan kritik atas informasi yang didapat oleh audiens terhadap konten tersebut.

Terdapat konten video dalam media sosial yang menjadi tren, yaitu *live streaming* (Safko, 2010). Awalnya *live streaming* hanya digunakan oleh pembuat konten untuk berbagi cerita tentang kehidupan pribadi. Seiring perkembangan zaman, kini *live streaming* digunakan dan mampu untuk menyampaikan video ke audiens yang lebih besar (Rein & Venturini, 2018).

Terdapat beberapa media sosial yang menyediakan fitur *live streaming* untuk memfasilitasi penyelenggaraan sebuah konser musik seperti YouTube, Nimo TV, Vidio.com, Zoom, Instagram, dan Facebook. YouTube adalah sebuah layanan *platform streaming* media digital atau media sosial yang paling populer di dunia (Paul A. Soukup, 2014). Youtube juga digunakan oleh banyak promotor untuk menyelenggarakan konser musik virtual. Contoh beberapa konser musik besar di Indonesia yang disiarkan melalui YouTube seperti WeTheFest 2020, Synchronize Fest 2020, *Wave Djawa Virtual Concert*, Jazz Gunung Hybrid Concert, dan Jakarta Warehouse Project 2020 (Kompas.com, 2020).

Youtube merupakan media digital atau media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia. Data statistik yang dilansir dari situs datareportal.com, menyatakan bahwa dalam Q3 tahun 2020 hingga Januari 2021, YouTube menjadi media sosial yang sering digunakan oleh orang Indonesia berusia 16 hingga 64 tahun.

Salah satu temuan, YouTube dapat digunakan untuk membuat seni pertunjukan sebagai alat instruksional yang efektif dan YouTube berpotensi dapat dikembangkan dalam dunia pendidikan untuk memberikan informasi (DeWitt et al., 2013). Peluang ini dimanfaatkan oleh para promotor yang cukup terkenal di Indonesia diantaranya seperti Ismaya, Synchronize Fest, Hellprint, dan JazzGunung untuk mengadakan konser musik virtual melalui YouTube. Berikut adalah data aktivitas kanal YouTube para

promotor di Indonesia yang menggunakan YouTube dalam menyelenggarakan konser musik virtual. Data ini didapatkan oleh observasi peneliti pada tanggal 19 Februari 2021 sebagai berikut:

Tabel 1 Profil Kanal YouTube Promotor Festival Musik di Indonesia

No	Nama Konser	Nama Kanal YouTube	Pengikut	Viewers	Komentar
1	Djakarta Warehouse Project 2020	ISMAYA TV	51 ribu	4 ribu	14
2	We The Fest 2020	ISMAYA TV	51 ribu	78,1 ribu	133
3	Jazz Gunung Hybrid Concert	Jazz Gunung	12,6 ribu	25 ribu	33
4	<i>Wave Djawa Virtual Concert</i>	HELLPRI NT OFFICIAL 'S	96,1 ribu	230 ribu	1556

Sumber: Hasil Observasi, 2021

Di lihat pada tabel 1, aktivitas seperti upload video, jumlah penonton, jumlah komentar yang ada di kanal YouTube promotor khususnya video mengenai konser musik virtual melalui YouTube cukup banyak dan selain itu, dapat dilihat bahwa penyelenggaraan konser musik secara virtual melalui YouTube yang memiliki subscribers paling tinggi dengan jumlah 96,1 ribu, lalu jumlah interaksi di kolom komentar sebanyak 1556 komentar, dan memiliki viewers pada video konser musik terbanyak sebesar 78,1 ribu views yaitu Hellprint. Banyaknya subscribers pada kanal YouTube dan views pada konten video *Wave Djawa Virtual Concert* yang diselenggarakan oleh Hellprint melalui YouTube mengindikasikan bahwa hiburan akan konten konser musik virtual sangat diminati oleh masyarakat di Indonesia. Dari data tersebut, peneliti menjadikan 'Wave Djawa Virtual Konser' melalui YouTube oleh 'Hellprint' sebagai fenomena yang unik dan kemudian melakukan pemantauan lebih lanjut terhadap isi konten video kanal YouTube Hellprint untuk menemukan karakteristik yang lebih lengkap.

Kanal YouTube 'Hellprint Official' hadir sebagai kreator atau pembuat konten dalam media sosial YouTube untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mengonsumsi informasi akan hiburan khususnya mengenai konser musik di masa pandemi. Pada bulan november tahun 2020, Hellprint menyeleng-

garakan sebuah konser virtual secara gratis dengan nama *Wave Djawa Virtual Concert*. Dany Taufik Kurniawan atau biasa dipanggil Dany Kajul selaku *Project Manager* dari Hellprint menyelenggarakan konser virtual tersebut dengan tema *World Stage Experience*, di mana selain pertunjukan musik, ada juga *sharing session* dengan musisi-musisi yang pernah tampil di luar negeri agar adanya benang merah dengan tema yang diusung (Pramudya, 2020). Dalam penyelenggaraan *Wave Djawa Virtual Concert* ini, akan ada perbedaan dengan konser-konser yang diadakan secara live di outdoor. Dany Kajul mengatakan persiapan untuk *Wave Djawa Virtual Concert* telah dilakukan sejak dua bulan lalu terhitung pada bulan Oktober 2020. Dengan mengubah konsep dari outdoor ke indoor, membuat konser tersebut lebih simpel jika dibandingkan dengan membuat acara musik di outdoor, dan juga tim yang mengerjakannya sama, jadi akan lebih mudah (Pramudya, 2020). *Wave Djawa Virtual Concert* ini disiarkan atau ditampilkan melalui kanal YouTube Hellprint Official.

Wave Djawa Virtual Concert adalah suatu konten media berbentuk video live streaming mengenai konser musik yang didistribusikan melalui media sosial YouTube. Perkembangan media digital dan situasi pandemi dimanfaatkan oleh Hellprint selaku promotor dalam konser musik *Wave Djawa Virtual Concert*, agar bisnisnya tetap bertahan dalam dinamika industri musik dan tetap memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat, khususnya di Indonesia. Penelitian ini melibatkan media digital, budaya, dan industri musik sebagai topik utama. Maka dari itu, judul dalam penelitian ini yaitu *Wave Djawa Virtual Concert Melalui Youtube Sebagai Dinamika Industri Musik di Masa Pandemi*.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena berupaya memahami secara mendalam dan komprehensif fenomena konser musik virtual yang diselenggarakan pada masa pandemi. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi *Wave Djawa Virtual Concert* sebagai salah satu dinamika dalam industri musik Indonesia, khususnya dalam konteks perubahan dan rekonstruksi relasi komunikasi antara musisi dan audiens. Pendekatan ini juga memungkinkan diperolehnya gambaran yang utuh mengenai praktik konser virtual tersebut sebagai bagian dari transformasi komunikasi dan interaksi dalam industri musik.

Oleh karena itu, berbagai data dikumpulkan dan dianalisis menggunakan logika induktif melalui pembentukan pola, kategori, dan tema yang bergerak dari aspek-aspek khusus menuju pemahaman yang lebih umum (Creswell & Creswell, 2018). Proses ini dilakukan agar fokus penelitian dapat dicapai dengan menghadirkan gambaran realitas secara menyeluruh berdasarkan sudut pandang subjek penelitian mengenai bagaimana dan mengapa fenomena tersebut terjadi.

Penelitian ini mengumpulkan berbagai informasi yang relevan sejak tahap pengambilan keputusan penyelenggaraan konser musik *Wave Djawa Virtual Concert* oleh Hellprint hingga proses pelaksanaan dan evaluasinya. Data yang diperoleh melalui pendekatan studi kasus ini diposisikan sebagai pengetahuan atas suatu peristiwa yang bersifat unik, yang dapat dipahami secara kontekstual dan terdokumentasi dari waktu ke waktu, terutama dalam melihat implikasinya terhadap dinamika industri musik dan relasi komunikasi antara musisi dan audiens (Creswell & Poth, 2018).

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi literatur untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai implikasi *Wave Djawa Virtual Concert* terhadap dinamika industri musik Indonesia, khususnya dalam konteks rekonstruksi relasi komunikasi antara musisi dan audiens. Wawancara mendalam dilakukan dengan sejumlah informan yang dipilih menggunakan teknik purposif sampel, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, bukan berdasarkan tingkatan, wilayah, atau pemilihan secara acak (Arikunto, 2013). Informan kunci dalam penelitian ini merupakan individu yang mampu menjelaskan keseluruhan kasus *Wave Djawa Virtual Concert* melalui YouTube, termasuk proses penyelenggaraan, pelaksanaan, serta dinamika komunikasi yang terbentuk antara musisi dan audiens dalam praktik konser virtual di masa pandemi. Penentuan informan mengacu pada kategori yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, yang mempertimbangkan aspek aktor atau partisipan, peristiwa, serta proses yang berlangsung dalam kasus yang diteliti (Miles et al., 2014). Pelaksanaan wawancara dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara, penetapan waktu dan lokasi wawancara, permintaan persetujuan informan untuk terlibat dalam penelitian, serta pendokumentasian proses wawancara sesuai dengan prosedur wawancara mendalam (Creswell & Creswell, 2018).

Selain wawancara, penelitian ini juga melakukan observasi terhadap objek penelitian, yaitu *Wave Djawa Virtual Concert* yang disiarkan melalui kanal YouTube Hellprint Official. Observasi dilakukan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara serta memberikan gambaran empiris mengenai praktik konser virtual sebagai ruang komunikasi antara musisi dan audiens. Pengamatan dilaksanakan selama dua minggu pada bulan Mei 2021 dengan fokus pada karakteristik isi konten video konser virtual, jumlah penonton yang tercatat pada tayangan tersebut, bentuk dan intensitas interaksi audiens di kolom komentar, serta aktivitas pengelola kanal YouTube Hellprint dalam mengelola dan menyajikan konser virtual sebagai bagian dari praktik industri musik digital.

Pengumpulan data juga didukung melalui studi literatur dengan memanfaatkan berbagai sumber pustaka yang relevan, seperti buku, artikel ilmiah, dan sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan konser virtual, media digital, dan dinamika industri musik. Studi literatur ini digunakan sebagai dasar konseptual dan teoretis untuk mendukung analisis penelitian, sehingga fenomena *Wave Djawa Virtual Concert* melalui YouTube sebagai bagian dari rekonstruksi relasi komunikasi antara musisi dan audiens dalam industri musik Indonesia dapat dikaji secara ilmiah.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada karakteristik studi kasus yang menekankan pada penyusunan deskripsi terperinci mengenai kasus dan setting penelitian. Sebagaimana halnya pendekatan etnografi, analisis studi kasus memerlukan pemahaman terhadap kronologi peristiwa yang diteliti, sehingga proses analisis dilakukan dengan memanfaatkan beragam sumber data untuk menelusuri dan menentukan bukti pada setiap fase dalam perkembangan kasus. Hal ini menjadi penting mengingat *Wave Djawa Virtual Concert* merupakan peristiwa yang memiliki *setting* unik, sehingga analisis diarahkan untuk memahami bagaimana peristiwa tersebut berlangsung dan membentuk dinamika tertentu sesuai dengan konteksnya (Creswell & Creswell, 2018).

Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (Miles et al., 2014), yang dilakukan secara berkesinambungan sejak data diperoleh hingga tahap penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari lapangan terlebih dahulu disusun dalam bentuk uraian atau laporan yang terperinci, kemudian dilakukan proses pemilihan dan penyederhanaan melalui abstraksi dan transformasi data mentah.

Dalam tahap ini, peneliti merangkum data hasil wawancara, observasi, dan studi literatur dengan menyeleksi secara ketat informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Data-data yang telah dipilih kemudian dikelompokkan ke dalam tema-tema tertentu yang berkaitan dengan praktik konser virtual, dinamika industri musik, serta perubahan relasi komunikasi antara musisi dan audiens.

Data yang telah direduksi selanjutnya disajikan dalam bentuk teks naratif guna memberikan gambaran yang utuh mengenai fenomena yang diteliti. Penyajian data dalam bentuk narasi memungkinkan peneliti untuk melihat keterkaitan antardata serta memahami bagian-bagian tertentu dari penelitian secara lebih mendalam. Hasil penyajian data ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam penyusunan analisis akhir penelitian.

Tahap selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Pada tahap ini, peneliti mencari makna dari data yang telah dianalisis dengan mengidentifikasi pola, tema, hubungan, persamaan, serta kecenderungan yang muncul secara berulang. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengaitkan temuan-temuan tersebut pada kategori-kategori yang relevan dengan fokus penelitian, khususnya dalam menjelaskan implikasi *Wave Djawa Virtual Concert* terhadap rekonstruksi relasi komunikasi antara musisi dan audiens dalam industri musik Indonesia. Kesimpulan yang diperoleh kemudian diverifikasi dengan meninjau kembali data dan hasil analisis untuk memastikan konsistensi dan keabsahan temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyelenggaraan *Wave Djawa Virtual Concert* yang dipicu oleh Pandemi dan didukung oleh teknologi merupakan salah satu konser yang menghasilkan dinamika pada industri musik di Indonesia. Konser virtual ini telah secara ekstensif membentuk semacam restrukturisasi sektor dalam industri musik Indonesia.

***Wave Djawa Virtual Concert* sebagai Konser Virtual: Terbentuknya Penonton Baru dan Adaptasi Musisi terhadap Teknologi Digital**

Wave Djawa Virtual Concert sebagai sebuah bentuk konser musik baru mampu menggaet penonton baru dalam sebuah konser yaitu penonton konser virtual. Penonton konser virtual itu umumnya memiliki penilaian baik terhadap konser yang diadakan secara virtual. Mereka mengakui bahwa selain mendapatkan kesempatan untuk menikmati konser dalam

situasi pandemi secara konten mereka juga menilai konser musik yang ditampilkan secara virtual memiliki kualitas gambar dan suara yang memuaskan.

Berdasarkan fenomena tersebut maka *Wave Djava Virtual Concert* sebagai sebuah konser virtual mendorong berkembangnya konser-konser virtual lainnya karena pasarnya sudah terbentuk. Atau dengan kata lain konser virtual telah memiliki pasar yang baru dan memiliki jangkauan yang lebih luas yaitu para calon penonton di dunia virtual.

Secara bersamaan para pelaku industri musik Indonesia telah bertransformasi dalam merespons perjalanan perubahan teknologi yang ada. Hal tersebut semakin menggeliat ketika pandemi Covid-19 merambah dunia. Pandemi sebagai sebuah evolusi telah secara ekstensif juga mendorong terjadinya digitalisasi di hampir segala lini. Dimungkinkannya konser musik virtual mendorong berkembangnya industri musik termasuk di Indonesia, yaitu menambahkan salah satu fenomena digitalisasi di bidang musik.

“*Wave Djava Virtual Concert*” dalam konteks dinamika industri musik Indonesia dan pandemi Covid-19, juga menjadi salah satu contoh fenomena transformasi industri musik di Indonesia baik dari proses adaptasi musisi maupun adopsi teknologi untuk penyelenggaraan konser virtual tersebut. Transformasi industri musik ini dipandang sebagai proses perubahan sosial ekonomi yang didorong dampak dari perkembangan teknologi. Sukses proses digitalisasi pada dunia industri musik Indonesia tampaknya semakin terlihat setelah internet, kompresi dan pemrosesan data, komputasi, serta pembelajaran mesin buatan mendominasi pada hampir segala lini.

Dalam konteks “transformasi” yang mengacu pada reorientasi utuh pada akhirnya secara substansial dapat mengubah basis teknologi suatu sektor dan, secara bersamaan, struktur sosial ekonominya. Industri musik menjadi contoh utama dari jenis transformasi permanen yang menempatkan semua pelaku untuk beradaptasi dan menyesuaikan dengan perkembangan yang ada. Ciri selanjutnya dari transformasi sektoral adalah bahwa dalam semua fase, hal tersebut menerima dorongan transformatif yang sangat penting dari aktor baru yang sebelumnya tidak memainkan peran dalam industri musik.

Dengan adanya digitalisasi, para pelaku industri musik Indonesia harus mulai mendiversifikasi strategi mereka dan terus berinovasi mencari dan menjelajahi upaya lain

agar kondisi finansial mereka semakin stabil. Kajian yang dilakukan oleh Morris, misalnya, menyimpulkan bahwa teknologi digital akan sangat memungkinkan para pelaku industri musik, khususnya artis dan figur publik, untuk berhubungan langsung dengan penggemar mereka (Morris, 2014). Kondisi ini telah membuatnya lebih murah untuk memproduksi dan memasarkan musik, dan berpotensi lebih banyak hubungan yang intim dan bermakna antara artis dan penggemar. Penggunaan platform media sosial telah memungkinkan hubungan kreatif menjadikannya bisnis yang layak dan strategis untuk para seniman baru.

Dalam konteks dunia digital, di mana aktivitas serba daring telah sangat dominan terjadi di hampir seluruh aspek kehidupan, para pelaku industri musik harus terus memutar otak mencari strategi efektif untuk bertahan di belantika musik Indonesia. Langkah pertama yang dapat dilakukan adalah mengekstensifkan informasi mengenai produk musiknya melalui media digital/sosial media. Dalam hal ini, platform media digital seperti Youtube dapat digunakan untuk menjangkau khalayak yang cukup besar untuk memulai dan mengembangkan basis penggemar. Mengutip hasil wawancara dengan Detta R., akedemisi sekaligus ahli media digital, “sangat membantu dan bisa menjadi salah satu alternatif dalam konteks industri hiburan khususnya industri musik”. Senyampang membangun kehadiran daring melalui konser virtual dan mulai menggali perhatian massa dengan terlibat dalam media digital, para pelaku musik juga harus menyediakan konten-konten yang berkelanjutan untuk mempertahankan intensitas interaksi dengan penggemarnya.

Mengenai digitalisasi, secara cermat, Dobrick, Fischer, dan Hagen memprediksi bahwa “Digitisasi dan mediatisasi adalah dua proses inti di balik perubahan sosial yang sekarang terjadi. Digitisasi mengubah data menjadi format digital universal yang mudah diproses komputer, yang mengarah pada konvergensi media yang berbeda-beda dan pada gilirannya menumbuhkan mediatisasi. Baik digitisasi maupun mediatisasi mengubah gugus perilaku sosial dan tradisi-tradisi budaya yang ada (Dobrick et al., 2017). Hal itu terjadi juga pada *Wave Djava Virtual Concert* yang mengubah pola konser menjadi konser virtual atau konser digital. Ke depan, intensitas digitalisasi dan mediatisasi pada industri musik Indonesia tampaknya akan semakin semarak. Bahkan lanskap permusikan di Indonesia sepertinya akan terus mengarah pada persaingan pengaruh berbasis media baru atau media digital.

Satu di antara tantangan serius bagi para pelaku industri musik adalah era digital yang memaksa adanya pemikiran kreatif dan inovatif dalam penciptaan dan produksi. Para pelaku industri musik harus mewaspadai efek digitalisasi dan sistem royalti terhadap kehidupan industri musik, khususnya di Indonesia. Berbagai data telah banyak berbicara bahwa hampir 90% dari program dan produksi industri musik ditunda. Beberapa pertunjukan juga telah dibatalkan karena masalah pandemi. Data Koalisi Seni Indonesia, pada Maret 2020 menyebutkan bahwa ada sekitar 40 jadwal tur musik, konser, dan festival yang ditunda dan banyak yang dibatalkan. Untuk itu, para pelaku industri musik di Indonesia harus berjuang (*survive*) dengan menggunakan berbagai strategi inovasi dan kreatif untuk beradaptasi dengan situasi baru.

Dengan penekanan pada perubahan dan upaya adaptif yang dilakukan oleh Hellprint pada *Wave Djava Virtual Concert*, dapat dipahami bahwa penggabungan platform digital, streaming, dan media sosial mengharuskan para pelaku industri musik untuk memikirkan kembali dan memperluas pemahamannya tentang hubungan antara ekonomi dan industri musik populer. Hal tersebut menjadi penting, mengingat dewasa ini seperti yang dikemukakan oleh Hendar Putranto (2020) bahwa industri musik kreatif telah secara langsung masuk ke dalam kerangkeng kapitalisme digital yang pada gilirannya mengarah pada disrupsi digital. Dengan mencermati sejarah singkat dari munculnya terminologi kapitalisme digital dengan pertanyaan kritis yang dialamatkan kepadanya ini, kita semakin menyadari bahwa keluasan perubahan yang terjadi sekarang memang besar dan dampak perubahan teknologi yang dibawanya lebih pervasif daripada yang dulu terjadi. Hampir semua sektor ekonomi terlibat di dalamnya.

Diskusi tentang media digital dan ekonomi konser musik dikemukakan secara langsung oleh Paul Théberge yang menyatakan bahwa teknologi merupakan lingkungan di mana kita akan mengalami dan berpikir tentang music (Palmer, 2020). Hal tersebut merupakan seperangkat praktik di mana kita terlibat dalam membuat dan mendengarkan suara musik. Hal itu juga menjadi elemen penting dalam wacana yang digunakan dalam mendefinisikan mengenai apa dan bagaimana musik itu. Teknologi digital dan platform media digital akan senantiasa terpatrit dalam kondisi dan situasi dari kehidupan dan lingkungan budaya pendukungnya. Hal itu merupakan bagian dari sejarah panjang mengenai keterkaitan antara dunia kinerja, teknologi, industri, dan musik itu sendiri.

Teknologi digital mulai diintegrasikan ke dalam dunia musik populer sejak tahun 1980-an berbarengan dengan diperkenalkannya MIDI (Music Instrument Digital Interface), digital synthesizer, sampler, dan sequencer. Hal tersebut akhirnya dapat memperluas jangkauan kreatifitas dan memosisikan pentingnya relasi antara produksi musik dengan industri alat music (Palmer, 2020). Teknologi digital memungkinkan adanya desain dan produksi perlengkapan musik yang memungkinkan adanya manipulasi suara -- awalnya hanya digunakan di studio dan kemudian mulai digunakan juga di atas panggung -- dengan vocoder dan autotune digunakan secara kreatif dan untuk menghilangkan ketidaksempurnaan nada.

Teknologi digital juga memfasilitasi perkembangan presentasi visual, mulai dari aplikasi pemrograman hingga pencahayaan, penggunaan proyeksi dan efek suara, serta pengenalan hologram yang memungkinkan terciptanya perpaduan antara dunia nyata dan imajiner. Seperti yang dikemukakan oleh Detta, bahwa media digital seperti YouTube adalah sebagai awal perkembangan digitisasi konser musik, ke depannya akan banyak bermunculan platform lain yang memfokuskan diri dalam konteks konser virtual (Wawancara dengan Detta R., 2022). Dengan kelengkapan holografik yang lebih baru yang digunakan dalam desain panggung, penonton pada gilirannya akan dapat menikmati tur musik oleh musisi yang sudah meninggal. Holografi digital juga memungkinkan ditampilkannya sebuah pertunjukan imajiner oleh bintang/musisi "virtual". "Penyanyi animasi digital" dan "pertunjukan virtual" seperti itu, pada gilirannya, akan menjadi bagian dari sejarah permusikan yang dicampur dengan dunia animasi. Andrew Ward berpendapat bahwa hologram sebenarnya adalah pewaris teknologi modern dari teknik ilusi yang kemudian dikenal sebagai "Pepper's Ghost" ketika digunakan di teater dan "rumah berhantu" pada awal 1800-an, dan dapat dilacak kembali hingga abad keenam belas.

Integrasi dan penggunaan teknologi digital untuk menghasilkan perpaduan antara dunia nyata dan imajiner terjadi pada sektor yang lebih luas. Hal tersebut pada gilirannya dapat menawarkan rangkaian tontonan multimedia yang semakin meningkat, menggabungkan dan mengaburkan perbedaan konvensional antara bentuk seni dan kegiatan rekreasi, informasi dan hiburan.

Live music saat ini semakin mudah untuk dinikmati, yakni melalui platform media digital dan perangkat seluler. Nilai sosial, kepentingan

ekonomi, dan kemungkinan performatif musik live tidak hanya ditransformasikan melalui integrasi teknologi digital ke dalam sebuah event, tetapi juga melalui pengintegrasian musik live di media digital yang digunakan sebagai upaya untuk menjalin keterlibatan secara langsung dengan dunia dan orang-orang di sekitar.

Konser Virtual Sebagai Bentuk Konvergensi Media

Sifat masif teknologi pada dunia telekomunikasi konvensional akan dapat mampu dipadukan dengan teknologi mutakhir (teknologi digital) yang interaktif. Sistem analog telah digantikan oleh sistem digital sehingga memunculkan fenomena baru, yaitu konvergensi (Hackley & Hackley, 2018; Mcewan, 2019; Peil & Sparviero, 2017; Wilde, 2019). Konvergensi dapat dipahami sebagai perpaduan antara media telekomunikasi tradisional dengan internet secara sekaligus. Inti dari konvergensi adalah digitalisasi. Mengingat informasi yang diproduksi dan dikirim berformat digital, konvergensi mengarah pada penciptaan produk yang dapat diterapkan yang mampu melakukan fungsi audiovisual dan komputasi.

Pesatnya perkembangan teknologi-informasi ditandai dengan adanya pergeseran dan peralihan dari media konvensional ke media digital. Adapun sifat digital itu sendiri sangat erat kaitannya dengan online (daring) yang mampu menghubungkan pengguna pada satu ruang tanpa memperdulikan kesan dan geografis yang memisahkan mereka secara fisik. Transisi virtual ini menjadi titik temu antara perkembangan teknologi-informasi dan komunikasi, serta menciptakan konvergensi media.

Fenomena transisi sebagai karakteristik inti dari era revolusi telah mendorong adanya perubahan ekspansif yang seakan tidak tampak secara kasat mata. Keberadaan konser virtual sebagai opsi alternatif cenderung menjadi terobosan dan menjadi budaya baru akibat pandemi. Dewasa ini, masyarakat sudah sangat akrab dengan internet yang pada gilirannya dapat memberikan peluang untuk mengubah segala sesuatu yang semula dipandang masalah menjadi solusi (Zamroni, 2021). Konvergensi merupakan integrasi dari berbagai bentuk media tradisional dengan media baru (media digital) yang berbasis komputer dan internet sehingga dapat melahirkan media dengan format, struktur, dan budaya baru (Gushevinalti et al., 2020). Menjadi hal yang menarik karena Hellprint pada masa-masa sebelumnya kerap kali mengadakan event konser musik yang dilakukan secara offline. Kemudian, dalam konteks ini, Wave Java Virtual Concert

digelar karena masyarakat sebagai konsumen membutuhkan hiburan di masa COVID-19. Antusiasme masyarakat terhadap konser virtual semakin meningkat, meski banyak hal berubah saat konser virtual digelar, seperti proses pembelian tiket, venue, performer, dan lain-lain. Transisi dari konser offline ke online telah mengubah urutan konser itu sendiri. Konser musik yang diadakan sekarang tidak secara langsung tatap muka, umpan baliknya secara otomatis diklasifikasikan sebagai komunikasi tidak langsung, karena ada perantara antara komunikator dan audiens. Proses perubahan tersebut dapat dilihat dari sudut pandang teori konvergensi media.

Gambaran tersebut menjelaskan bahwa ada perbedaan antara konser virtual dan konser konvensional. Terlihat tidak adanya penonton pada konser virtual. Hal tersebut menegaskan bahwa telah terjadi perubahan yang signifikan pada penampilan visual dari konser konvensional. Oleh sebab itu, studi Meikle dan Young (2012) mempertegas bahwa teori konvergensi merupakan proses integrasi dengan berbasis pada digitalisasi. Oleh sebab itu, terdapat karakteristik fisik utama yang dapat menjadi pembeda dari berbagai media, yaitu meliputi produksi, pemrosesan, dan transmisi. Teori konvergensi telah digunakan sebagai argumen utama untuk deregulasi media karena sebagian besar regulasi berkaitan erat dengan teknologi tertentu, seperti percetakan, penyiaran, kabel, proyeksi, dan lain-lain. Hasil analisis menunjukkan bahwa transisi dari offline ke online menghasilkan beberapa perubahan dalam dunia musik selama pandemi. Oleh sebab itu, konser virtual menjadi tuntutan untuk mengubah isi dan pesan yang disampaikan.

Mengacu pada teori konvergensi, konser virtual akan dapat menghasilkan perubahan baru dan kolaboratif di media karena penyelenggara dapat menyediakan tautan akses bagi pembeli untuk menikmati musik secara virtual. Oleh sebab itu, fenomena tersebut sejatinya tidak mengubah unsur komunikasi, tetapi hanya media penyalur pesan saja yang berubah. Hal ini berkaitan erat dengan Teori Komunikasi Harold Lasswell “*Who, Says What, In which Channel, To Whom, With What Effect*” (West & Turner, 2010). Proses komunikasi tidak dapat dipisahkan dari pengirim dan penerima pesan.

Adanya unsur komunikasi (who, said what, in which channel, to who, with what effect) menjadikan tujuan komunikasi dapat tersampaikan secara baik. Perantara media tentu memiliki potensi kendala yang cukup krusial dalam proses komunikasi. Media menjadi perantara dan tidak menimbulkan umpan balik

langsung. Saat pesan tertunda untuk umpan balik, pesan pun dapat mengalami penundaan. Penundaan tersebut dapat terjadi karena adanya gangguan dari media itu sendiri, misalnya gangguan sinyal.

Perbedaan yang paling signifikan adalah masalah perizinan dan pengurangan pendapatan, serta tidak adanya sponsor yang masuk. Selanjutnya, konser virtual bukan untuk menghilangkan euforia transisi offline, tetapi untuk menjawab urgensi situasi. Hal ini merupakan bentuk konvergensi media yang dapat mengatasi tekanan kebosanan agar masyarakat bisa terhibur. Oleh sebab itu, konser virtual dinilai dapat mampu beradaptasi dengan keadaan yang terjadi pada era mutakhir ini.

Transisi yang terjadi sangat berbeda karena komunikasinya terjadi secara satu arah dan respons masyarakat menjadi terbatas. Umpan balik dalam konser virtual akan berpotensi mengalami penundaan, tetapi dalam komunikasi langsung tatap muka, para penonton dapat memberi apresiasi dengan bertepuk tangan, bersorak, dan bernyanyi bersama. Lebih jauh, model baru ini dapat menciptakan gaya hidup yang berbeda karena transisi yang terjadi dari offline ke online.

Konvergensi bukanlah suatu keharusan, konvergensi merupakan kombinasi teknologi yang dapat mengubah aspek kehidupan manusia. Penggunaan internet dan jaringan khalayak merupakan hal-hal yang mengacu pada sebuah gaya hidup. Interaktivitasnya melampaui potensi umpan balik. Konvergensi juga mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, gaya hidup, dan khalayak.

Era Pandemi tampaknya telah menjadikan hidup lebih beragam, sederhana, lebih mudah, dan jauh lebih interaktif. Namun, di sisi lain, konvergensi juga berimplikasi pada tatanan sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat. Dari sisi sosial, peralihan dari offline ke online telah menimbulkan berbagai problematika, di antaranya adalah tidak adanya kegiatan sosial atau pertemuan fisik. Dari segi budaya, transisi itu pun terjadi dalam kaitannya dengan konser virtual dan secara umum terjadi perubahan dalam komunikasi. Dulu, komunikasi yang umumnya dilakukan tanpa perantara, kini relatif harus melalui perantara, yaitu media, sehingga budaya komunikasi tatap muka akan dapat hilang dan tergantikan oleh media. Di sisi lain, konvergensi juga dapat dilihat dari segi komunikasi pembangunan karena di dalamnya terdapat aspek budaya, seperti penggunaan bahasa, nilai, dan norma.

Perubahan-perubahan pada masyarakat diimplementasikan melalui physical distancing yang terbatas pada aktivitas masyarakat. Karena wabah Covid-19 ini, tidak dapat dipungkiri bahwa semua industri dari berbagai sektor sangat terpengaruh oleh pandemi ini. Masalah utamanya adalah bagaimana upaya bertahan dari pandemi ini yang pada gilirannya dapat menyebabkan kebosanan dan stres bagi masyarakat. Oleh sebab itu, masyarakat kemudian beralih ke konser virtual untuk menghasilkan ide-ide terbaru dan menghibur diri. Model baru tersebut telah berperan penting dalam kehidupan sosial di masa pandemi.

Lebih jauh lagi, model baru tersebut juga membantu menciptakan gaya hidup berbeda yang harus diadaptasi oleh semua masyarakat. Gaya hidup digunakan untuk merepresentasikan status dan kelas sosial seseorang karena merupakan elastisitas yang berjalan dan berkembang seiring dengan kemajuan zaman. Menurut Chaney (1996), kebiasaan baru juga dapat disebut sebagai modernitas karena merupakan simbol dari dunia modern. Simbol ini kemudian digunakan oleh orang-orang yang hidup dalam masyarakat untuk menggambarkan tindakan masyarakat. Chaney juga mendefinisikan gaya hidup sebagai bentuk kehidupan yang khas karena digunakan oleh kelompok sosial tertentu dan dikenali melalui gerak tubuh tertentu untuk membedakan satu dengan lainnya.

Gaya hidup dapat membantu menjelaskan alasan mengapa orang-rang melakukan sesuatu dan bagaimana hal itu penting bagi mereka dan orang lain. Hal ini juga memengaruhi perilaku seseorang untuk menentukan pilihan konsumsi, meliputi pakaian, ucapan, hiburan, dan sistem kepercayaan. Pilihan-pilihan tersebut pada gilirannya dapat membantu menciptakan gaya hidup dan membentuk ideologi kelas sosial masyarakat. Menurut Blyton (2009), pola kebiasaan baru ini dicirikan melalui 3 elemen utama, yakni (1) menghabiskan waktu dengan siapa dan aktivitas yang dilakukan, (2) makna, nilai, dan pentingnya aktivitas, dan (3) objek yang dikonsumsi.

Penelitian ini memperlihatkan adanya model baru yang mengharuskan masyarakat untuk beradaptasi dengan gaya hidup yang berbeda selama pandemi. Munculnya Covid-19 memiliki peran besar dalam mengubah kebiasaan masyarakat dan yang menjadi salah satu faktor perubahan tersebut adalah berkurangnya aktivitas yang memerlukan kontak fisik. Oleh sebab itu, inovasi dan kreasi baru semakin bermunculan sebagai bentuk adaptasi untuk bertahan dalam

situasi sulit ini. Keberadaan internet sebagai kemajuan teknologi dimanfaatkan dalam menciptakan gaya hidup baru tersebut. Apalagi, konser virtual membantu menciptakan kebiasaan baru dari offline ke online melalui koneksi internet.

Beberapa hal yang terjadi saat ini telah mengubah dan memaksa masyarakat untuk mengurangi interaksi sosial di ruang publik, transaksi belanja, dan lain-lain. Gaya hidup ini membantu masyarakat untuk berpartisipasi dalam peralihan dari offline ke online. Sementara itu, Wave Java Virtual Concert memungkinkan orang untuk menghabiskan waktu luang mereka melalui konser virtual. Konser virtual tersebut secara langsung telah menciptakan gaya hidup baru bagi masyarakat, seperti membeli tiket secara virtual yang mengacu pada bentuk komunikasi tidak langsung. Minat pengunjung berkurang 60% selama pandemi. Namun, banyak penonton yang rutin menonton konser virtual karena telah menjadi budaya dan hiburan yang mereka nanti-nantikan.

Teori konvergensi menjadi salah satu faktor yang digunakan untuk menciptakan revolusi dalam menghadapi pandemi. Sektor hiburan, seperti musik yang cenderung tidak bisa terpisahkan dari penonton, mengalami dampak signifikan dari pandemi. Hellprint yang sebelumnya sering menggelas konser secara live, kemudian mengubah konsepnya menjadi konser virtual.

Studi Septiyan (2020) menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi memungkinkan adanya dampak budaya, seperti munculnya apresiator. Oleh sebab itu, manusia tidak dapat berinteraksi satu dengan lainnya karena lebih banyak menghabiskan waktunya untuk mengapresiasi pertunjukan musik secara online. Hal ini sejalan dengan era pandemi dimana masyarakat tidak hanya beradaptasi dengan hal-hal yang berkaitan dengan protokol Kesehatan, tetapi juga berpindah dari media offline ke media online. Gaya hidup baru ini juga ditunjukkan pada bagaimana orang melakukan beberapa aktivitas dengan membiasakan diri dengan jaringan. Konser virtual tidak hanya mengubah tatanan budaya music, tetapi juga proses atau alur komunikasi yang ada. Apalagi model baru ini membawa orang-orang menuju gaya hidup yang berbeda karena masyarakat menggunakan internet untuk hiburan.

Pada akhirnya, kita dapat melihat bahwa kehadiran media baru telah menciptakan keberagaman. Aspek komunikasi sosial, budaya, dan ekonomi juga dapat dilihat dari fenomena mutakhir ini. Komunikasi pembangunan

meyakini bahwa dalam suatu pembangunan terdapat faktor-faktor sosial, budaya, dan ekonomi yang memengaruhi taraf hidup manusia. Konser virtual mengubah segala lini kehidupan tersebut yang pada gilirannya menjadi gaya hidup dan kebiasaan baru bagi masyarakat, meskipun euforia konser mungkin akan terkendala karena dimediasi oleh internet.

Wave Djava Virtual Concert sebagai Bentuk Hubungan Komunikasi Parasosial

Platform media sosial memainkan peranan yang sangat penting dalam memfasilitasi interaksi parasosial antara seniman dan fandom (Phelps, 2011). Seniman kerap kali berbagi bagian dari kehidupan pribadi mereka secara virtual, yang memungkinkan mereka untuk "memiliki hubungan yang relatif intim dengan sejumlah besar anggota fandomnya" (Phelps, 2011). Sejumlah contoh dari keintiman tersebut adalah ketika artis atau seniman secara langsung menyapa pemirsa melalui platform sosial media seolah-olah percakapan tersebut bersifat pribadi atau intim, kemudian pemirsa merespons yang juga seolah-olah pesan yang diterimanya itu bersifat pribadi (Phelps, 2011). Berbagai cara lain agar keintiman antara seniman dan fandom ditingkatkan adalah ketika seniman melakukan komunikasi secara virtual, termasuk memproduksi pesan-pesan yang santai, percakapan, dan dengan memasukkan bahasa tubuh untuk meniru interaksi interpersonal secara kasual (Phelps, 2011). Dalam menjalin interaksi sesantai mungkin, seniman mencoba mengaburkan batas antara mereka dan audiennya itu (Phelps, 2011).

Agar hubungan parasosial dapat diterima oleh penonton, dalam hal ini pengikut yang tergabung dalam fandom tertentu, pada seniman dan pemain band mesti membangun interaksinya dengan berdasarkan pada respons dari para penonton (Phelps, 2011). Hal ini menjadi sangat penting bagi terjalannya interaksi parasosial yang pada gilirannya dapat menjadi hubungan parasosial, mengingat para seniman mesti menjalin hubungan dan komunikasi dengan pemirsa sehingga hubungan parasosial itu dapat menduplikasi kehidupan sehari-hari pada umumnya (Phelps, 2011). Dengan mengintegrasikannya ke dalam kehidupan sehari-hari, fandom akan memperoleh kesan bahwa mereka dapat secara pribadi berhubungan dengan idolanya itu melalui hal-hal yang dibagikan secara virtual oleh idolanya tentang kehidupan pribadinya (Phelps, 2011). Alhasil, inilah yang menjadikan hubungan parasosial menjadi jauh lebih kuat ketika fandom merasa seakan-akan

mereka mengenal idolanya pada tingkat yang jauh lebih pribadi dan intim (Phelps, 2011).

Ketika fandom menghabiskan waktunya di platform media sosial, hal tersebut dapat membangun koneksi secara intens dengan para seniman dan/atau para pemain musik, mereka juga akan terhubung dengan pengguna lain yang juga pengikut pemain musik tersebut karena semakin lama pengguna Internet menghabiskan waktu online-nya, semakin besar kemungkinan mereka untuk tertarik pada grup online dari satu jenis atau lainnya (Ballantine & Martin, 2005). Hal ini menjadikan fandom semakin menjalin rasa kebersamaan, dan begitu fandom saling berinteraksi dan terhubung dengan orang lain secara virtual, diasumsikan bahwa mereka akan menjadi anggota dari satu atau lebih komunitas tersebut, dan seiring waktu, makin beralih menjadi sumber informasi dan interaksi sosial (Ballantine & Martin, 2005).

Dalam industri musik, komunitas-komunitas ini disebut sebagai fandom, yang memiliki peran sebagai komunitas sosial alternatif yang anggotanya memiliki seperangkat praktik yang sama yang terkait dengan resepsi kolektif dan konstruksi makna bersama; anggota mengambil sikap aktif dan menciptakan budaya mereka sendiri (Lacasa et al., 2016). Dalam istilah yang lebih spesifik, fandom merupakan pengakuan atas hubungan emosional yang positif, pribadi, relatif dalam, dengan elemen budaya populer yang dimediasi (Lacasa et al., 2016). Sebagian besar fandom menamai kelompoknya itu dengan mengasosiasikannya kepada nama idolanya, seperti anggota fandom One Direction yang menyebut diri mereka "Directioners". Hal ini menjadi sebuah praktik yang menjadikan pengikutnya semakin tambah merasa seperti mereka adalah bagian dari komunitas (Lacasa et al., 2016).

Fandom mengidolakan seorang selebriti dan menjadikan mereka seakan menjadi pahlawan agar dapat hadir untuk dilihat dan dijalani ketika mereka membutuhkan dukungan (Lacasa et al., 2016), dan menjadi makin jelas bahwa umumnya kaum muda sering membangun pahlawan mereka melalui informasi yang disediakan di jejaring sosial (Lacasa et al., 2016). Selain menjadikan artis favorit mereka sebagai pahlawan, fandom juga melihat mereka sebagai sumber kebahagiaan dan kesejahteraan yang tulus (Kim & Kim, 2020).

Pandemi COVID-19 telah membatasi sosialisasi secara tatap muka. Kondisi ini pada gilirannya dapat menyebabkan orang-orang mengandalkan media sosial lebih dari sebelumnya untuk merasakan semacam koneksi

dengan orang lain (Jarzyna, 2021). Satu di antara cara orang-orang mengisi kekosongan isolasi tatap muka tersebut adalah dengan menggunakan media sosial untuk berfokus pada orang lain, khususnya selebriti. Karena isolasi dan akses langsung yang dimiliki orang-orang ke selebriti melalui media sosial serta melalui platform streaming, banyak orang menjadi jauh lebih memperhatikan selebriti favoritnya (Luscombe, 2021). Hal ini terlihat juga pada "*Wave Djava Virtual Concert*" yang diselenggarakan oleh Hellprint.

Meningkatnya perhatian pada selebriti yang dirasakan orang selama pandemi, sebagiannya mungkin merupakan hasil dari praktik mengonsumsi lebih banyak konten di rumah, melalui perangkat pribadi (Luscombe, 2021). Hal tersebut menjadi pengalaman yang berbeda, karena kondisinya akan sangat berbeda dengan pergi langsung ke arena pertunjukan dan menonton konser. Para fandom hanya duduk-duduk di rumah mereka (Luscombe, 2021). Isolasi sosial yang disebabkan oleh jarak sosial juga memiliki peran penting, karena kedekatan parasosial makin meningkat dari waktu ke waktu. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran media sosial menjadi lebih bermakna ketika terlibat dalam jarak sosial (Bond, 2021). Kedekatan parasosial ini makin meningkat dengan intensitas yang lebih besar di antara peserta yang meningkatkan keterlibatan parasosial, mengurangi keterlibatan sosial tatap muka, dan meningkatkan keterlibatan sosial yang dimediasi internet (Bond, 2021).

Meningkatnya perasaan kedekatan virtual dengan selebriti karena menurunnya kedekatan langsung dengan teman dan keluarga memaksa hubungan parasosial untuk hadir lebih dalam ke dalam ruang virtual. Meskipun, orang-orang akan terus mempertahankan hubungan yang stabil dengan teman-teman saat langkah-langkah jarak sosial berlangsung, tetapi dalam waktu yang bersamaan mereka akan merasa semakin lebih dekat dengan selebriti yang diikutinya (Luscombe, 2021). Hal ini membuka jalan terhadap adanya peningkatan keterlibatan di platform media sosial, khususnya untuk pemain musik dan fandom mereka, karena streaming YouTube ditambah platform live di Instagram, misalnya, menjadi metode komunikasi dan keterlibatan selama pandemi, sedemikian rupa sehingga platform tersebut berperan penting terhadap adanya peningkatan pengguna sebesar 70% selama bulan pertama pandemi (Bärtl, 2018). Saat menggunakan Instagram Live, selebriti mengajak pengikutnya untuk menikmati aktivitas harian mereka. Fitur komentar pada

streaming langsung memungkinkan adanya keterlibatan yang sifatnya dialogis. Keterlibatan tersebut akan terjadi secara real time, yang pada gilirannya dapat memicu adanya perasaan konektivitas fandom dengan idolanya itu (Bärtl, 2018).

Contoh keterlibatan yang tercipta di antara fandom selama pandemi COVID-19 adalah konten media sosial yang berkuat sekitar peringatan 10 tahun One Direction. Selama Minggu 23 Juli 2020, akun Twitter dan YouTube band One Direction memfasilitasi percakapan seputar perjalanan 10 tahun band tersebut dengan beberapa tagar dan menjadi tren oleh pengikutnya di kedua platform tersebut (Benevenuto et al., 2012; Lange, 2007).

Engagement selama pandemi juga terjadi secara non-real time, dengan konten video yang direkam sebelumnya yang kemudian diunggah ke platform media sosial. YouTube, platform media sosial yang berpusat di sekitar konten video, terlihat mengalami peningkatan penggunaan sebesar 73% di Amerika Serikat. Hal tersebut menjadikannya sebagai platform media sosial dengan peningkatan penggunaan paling signifikan selama pandemi sejauh ini. Contoh konten video pra-rekaman yang diposting di YouTube yang baik dalam hal penayangan adalah video "Spilling the Quarantea" 5 Seconds of Summer yang diunggahnya ke saluran YouTube mereka setelah direkam secara pribadi. Fandom band kemudian dapat menikmati 45 menit anggota band mengobrol satu sama lain dan mendengarkan musik mereka. Meskipun video ini berfungsi ganda sebagai promosi untuk album terbarunya, video ini juga masih menyajikan konten-konten terbaru untuk fandomnya. Video tersebut diunggah pada April 2020, dan pada Juli 2021, telah ditonton lebih dari 1.3 juta kali.

Fandom ingin merasa seperti mereka dapat berbicara dengan idolanya, seperti mereka memiliki jalur komunikasi langsung dan terbuka. Mereka merasa semua yang dilakukan oleh idolanya itu diarahkan kepada mereka. Rasanya seolah-olah idolanya itu hanya berbicara dan berkomunikasi dengan mereka ketika mereka menonton kehidupan idolanya di social media atau melalui konser virtual.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penyelenggaraan *Wave Djava Virtual Concert* melalui YouTube merupakan bentuk adaptasi strategis industri musik Indonesia dalam merespons situasi

pandemi Covid-19 yang membatasi aktivitas pertunjukan secara langsung. Konser virtual ini tidak sekadar berfungsi sebagai pengganti konser luring yang terhenti, tetapi juga menghadirkan pola baru dalam praktik industri musik dengan memanfaatkan teknologi digital dan media sosial sebagai ruang pertunjukan sekaligus ruang komunikasi. Melalui konser virtual, Hellprint berhasil menjangkau audiens yang lebih luas, membentuk segmen penonton baru, serta mempertahankan keberlangsungan aktivitas industri musik di tengah krisis. Dengan demikian, konser virtual dapat dipahami sebagai bagian dari dinamika transformasi industri musik Indonesia yang menandai pergeseran dari praktik konvensional menuju praktik berbasis digital yang lebih adaptif dan kontekstual terhadap perubahan sosial.

Lebih lanjut, penelitian ini menunjukkan bahwa *Wave Djava Virtual Concert* turut merekonstruksi relasi komunikasi antara musisi dan audiens melalui mekanisme konvergensi media yang dimediasi oleh platform YouTube. Peralihan dari konser tatap muka ke konser virtual mengubah pola interaksi yang sebelumnya berlangsung secara langsung menjadi interaksi tidak langsung, namun tetap memungkinkan terjadinya keterlibatan audiens melalui fitur live streaming, kolom komentar, dan bentuk partisipasi digital lainnya. Dalam konteks ini, unsur-unsur komunikasi tidak mengalami penghilangan, melainkan mengalami pergeseran medium, sehingga relasi antara komunikator dan komunikan tetap terjaga meskipun tanpa kehadiran fisik. Konser virtual dengan demikian tidak menghilangkan fungsi komunikasi dalam pertunjukan musik, tetapi menghadirkan format baru yang menyesuaikan dengan kondisi pandemi serta perkembangan teknologi digital.

Pada akhirnya, *Wave Djava Virtual Concert* juga memperlihatkan terbentuknya hubungan komunikasi parasosial yang semakin menguat antara musisi dan audiens di ruang digital, khususnya dalam situasi keterbatasan interaksi sosial selama pandemi. Melalui penyajian konser secara virtual, musisi tidak hanya tampil sebagai pengisi hiburan, tetapi juga sebagai figur yang terasa lebih dekat dan personal bagi audiens, sehingga menumbuhkan rasa keterhubungan emosional meskipun dimediasi oleh layar. Interaksi yang terjadi, baik secara real time maupun non-real time, mendorong audiens untuk merasa terlibat dan menjadi bagian dari pengalaman pertunjukan, sekaligus membentuk kebiasaan dan gaya hidup baru dalam mengonsumsi musik. Dengan demikian, konser virtual tidak hanya berperan dalam menjaga

keberlangsungan industri musik, tetapi juga menjadi ruang baru bagi pembentukan relasi sosial, budaya, dan komunikasi antara musisi dan audiens dalam lanskap industri musik Indonesia yang semakin terdigitalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Ballantine, P. W., & Martin, B. A. S. (2005). Forming Parasocial Relationships in Online Communities. *ACR North American Advances*, 13, 197–202. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:146132860>
- Bärtl, Mathias. (2018). YouTube channels, uploads and views: A statistical analysis of the past 10 years. *Convergence*, 24(1), 16–32. <https://doi.org/10.1177/135485651773-6979>
- Benevenuto, F., Rodrigues, T., Veloso, A., Almeida, J., Goncalves, M., & Almeida, V. (2012). Practical Detection of Spammers and Content Promoters in Online Video Sharing Systems. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics, Part B (Cybernetics)*, 42(3), 688–701. <https://doi.org/10.1109/TSMCB.2011.2173799>
- Bond, Bradley J. (2021). Social and parasocial relationships during COVID-19 social distancing. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(8), 2308–2329. <https://doi.org/10.1177/02654075211019129>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th.). Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- DeWitt, D., Alias, N., Siraj, S., Yaakub, M. Y., Ayob, J., & Ishak, R. (2013). The Potential of Youtube for Teaching and Learning in the Performing Arts. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 103, 1118–1126. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.439>
- Dobrick, F. M., Fischer, J., & Hagen, L. M. (2017). Research ethics in the digital age: Ethics for the social sciences and humanities in times of mediatization and digitization. In *Research Ethics in the Digital Age: Ethics for the Social Sciences and Humanities in Times of Mediatization and Digitization*. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-12909-5>
- Getz, D. (2012). *Event studies: Theory, research and policy for planned events* (2nd ed.). Routledge.
- Gushevinalti, Suminar, P., & Sunaryanto, H. (2020). Transformation of Characteristics Communication Media in Convergence Era. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(1), 83–134. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Hackley, Chris, & Hackley, Amy Rungpaka. (2018). Advertising at the threshold: Paratextual promotion in the era of media convergence. *Marketing Theory*, 19(2), 195–215. <https://doi.org/10.1177/1470593118787581>
- Harman. (2020). *The Power of Music Lasts a Lifetime*. News.Harman.Com.
- Jarzyna, C. L. (2021). Parasocial Interaction, the COVID-19 Quarantine, and Digital Age Media. *Human Arenas*, 4(3), 413–429. <https://doi.org/10.1007/s42087-020-00156-0>
- Kim, M., & Kim, J. (2020). How does a celebrity make fans happy? Interaction between celebrities and fans in the social media context. *Computers in Human Behavior*, 111, 106419. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106419>
- Kompas.com. (2020). *Kaleidoskop 2020: Deretan Festival Musik di Indonesia Yang Berjalan Hingga Batal Akibat Covid-19*. Kompas.Com.
- Kurnialam, A. (2020). *Konser Virtual BTS Sedot 114 Juta Penonton*. Republika.Co.Id.
- Lacasa, P., Zaballos, L. M., & Prieto, J. F. (2016). Fandom, music and personal relationships through media: How teenagers use social networks. *IASPM Journal*, 6(1), 44–67. [https://doi.org/10.5429/2079-3871\(2016\)v6i1.4en](https://doi.org/10.5429/2079-3871(2016)v6i1.4en)
- Lange, P. G. (2007). Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 361–380.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00400.x>
- Latuheru, M. N., & Irwansyah. (2018). Aplikasi traveloka sebagai bentuk konstruksi sosial teknologi media baru. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 2(2), 46–57.
- Luscombe, A. (2021, May 21). *COVID-19 Law Enforcement in Canada: A Second Wave Analysis*. Canadian Civil Liberties Association. <https://coilink.org/20.500.12592/svgfkp>
- Maulana, I., & Alamsyah, A. (2017). Rekomendasi Model Bisnis Industri Musik Pop dan Rock di Indonesia Berdasarkan Model Business Canvas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 153. <https://doi.org/10.25124/jmi.v14i2.359>
- Mcewan, R. (2019). Iwi radio in the era of media convergence. *Pacific Journalism Review: Te Koakoa*, 25(1 & 2), 139–157. <https://doi.org/https://doi.org/10.24135/pjr.v25i1.469>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A Method Sourcebook. In *Sage Publications* (3rd ed.). Sage Publication. <http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>
- Morris, J. W. (2014). Artists as entrepreneurs, fans as workers. *Popular Music and Society*, 37(3), 273–290. <https://doi.org/10.1080/03007766.2013.778534>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. John Wiley & Sons, Inc.
- Palmer, L. (2020). *Rock Star/Movie Star: Power and Performance in Cinematic Rock Stardom*. Oxford University Press. <http://books.google.com.hk/books?id=GV8BltnoGGMC&pg=PA445&lpg=PA445&q=A+New+Account+of+Talls+of+the+World,liu+ling&source=bl&ots=rjDfcIk6N6&sig=xml9ArrvkDJu5VoWGscclhJstQY&hl=zh-CN&ei=n07pS-W8GNCGkAX-ws3sCg>
- Paul A. Soukup, . . (2014). Looking at, through, and with Youtube. *Communication Research Trends*, 33(3), 3–34.
- Peil, C., & Sparviero, S. (2017). Media Convergence Meets Deconvergence. In S. Sparviero, C. Peil, & G. Balbi (Eds.), *Media Convergence and Deconvergence* (pp. 3–30). Springer International Publishing.
- https://doi.org/10.1007/978-3-319-51289-1_1
- Phelps, C. (2011). *Parasocial relationships and social media usage* [Rochester Institute of Technology]. <https://repository.rit.edu/theses>
- Pramudya, W. E. (2020). *Wave Djawa Virtual Concert, Pertunjukan Musik Hellprint Secara Daring*. Pikiran Rakyat. <https://www.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-01927047/wave-djawa-virtual-concert-pertunjukan-musik-hellprint-secara-daring>
- Rein, Katharina, & Venturini, Tommaso. (2018). Ploughing digital landscapes: How Facebook influences the evolution of live video streaming. *New Media & Society*, 20(9), 3359–3380. <https://doi.org/10.1177/1461444817748954>
- Sabrina, G. (2020). *Nasib Hidup Festival Musik di Tengah Pandemi COVID-19*. Whiteboardjournal.Com.
- Safko, L. (2010). *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success*. John Wiley & Sons.
- Septiyan, D. D. (2020). Perubahan Budaya Musik Di Tengah Pandemi Covid-19. *Musik-olastika: Jurnal Pertunjukan Dan Pendidikan Musik*, 2(1), 31–38. <https://doi.org/10.24036/musikolastika.v2i1.37>
- Taylor, R., King, Dr. F., & Nelson, Dr. G. (2012). Student Learning Through Social Media. *Journal of Sociological Research*, 3(2). <https://doi.org/10.5296/jsr.v3i2.2136>
- Ulrich, A. (2020). *Without Coachella and Stagecoach, Indio lost out on \$110M*. Desertsun.Com.
- West, R., & Turner, L. (2010). *Introducing Communication Theory Analysis and Application*. 4th ed. McGraw-Hill.
- Wilde, L. R. A. (2019). Recontextualizing Characters. Media Convergence and Pre-/Meta-Narrative Character Circulation. *IMAGE. Zeitschrift Für Interdisziplinäre Bildwissenschaft*, Jg, 15(1), 3–21. <https://doi.org/10.25969/mediarep/16391>
- Yanwardhana, E. (2021). *Bisnis Festival dan Konser Musik Masih Mendung Tahun Ini*. Cnbcindonesia.Com.

Zamroni, M. (2021). Dampak konvergensi media terhadap pola menonton televisi indonesia di era digital. *Jurnal*

Kajian Media, 5, 50–59.
<http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/index>