

**TAKTIK PROMOTOR MENDATANGKAN ARTIS *ROCK*  
INTERNASIONAL: STUDI KASUS JOGJAROCKARTA  
FESTIVAL**

**TESIS**

Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Syarat Menyelesaikan Jenjang  
Pendidikan S-2 Program Magister Tata Kelola Seni



**Oleh:**

**Dimas Anang Susetyoko**

**NIM 2220235420**

**PROGRAM TATA KELOLA SENI PASCASARJANA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2025**

# **TAKTIK PROMOTOR MENDATANGKAN ARTIS ROCK INTERNASIONAL: STUDI KASUS JOGJAROCKARTA FESTIVAL**

Pertanggungjawaban tertulis ini telah diuji dan diterima sebagai salah satu syarat  
memperoleh gelar Magister Seni

Telah dipertahankan pada tanggal **24 Juni 2025**

Oleh :

**Dimas Anang Susetyoko**  
**NIM 2220235420**

Di hadapan Dewan Penguji yang terdiri dari :

Tim Penguji,

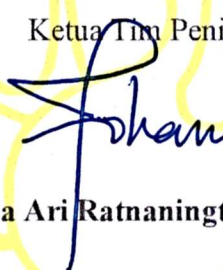
Pembimbing Utama

Penguji Ahli

  
**Dr. Muhammad Kholid Arif Rozaq,**  
**S.Hut., M.M.**

  
**Kurniawan Adi Saputro, M.A.,**  
**Ph.D.**

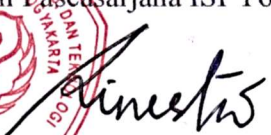
Ketua Tim Penilai

  
**Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, S.E., M.Si.**

Yogyakarta, **09 JUL 2025**



Direktur  
Program Pascasarjana ISI Yogyakarta

  
**Dr. Fortunata Tyasrinestu, S.S., M.Si.**

## PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa karya tulis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi mana pun dan belum pernah dipublikasikan dalam bentuk apa pun. Karya tulis ini merupakan hasil penelitian dan mengacu pada berbagai referensi yang dicantumkan dalam karya tulis ini. Saya menjamin keaslian Tesis ini dan bersedia menerima sanksi jika ditemukan kecurangan di kemudian hari.

Yogyakarta, 2 Juni 2025



**Dimas Anang Susetyoko**  
Penulis

## ABSTAK

Industri musik Indonesia menghadapi tantangan signifikan dalam menegosiasikan kontrak dengan band *rock* internasional untuk berpartisipasi dalam festival musik lokal. Permasalahan utama yang dihadapi adalah kompleksitas negosiasi dan perbedaan budaya dalam menjembatani kepentingan promotor lokal dengan artis internasional. Pertanyaan penelitian berfokus pada bagaimana taktik-taktik yang dimiliki oleh promotor festival music untuk menghadirkan artis *rock* internasional. Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi dan menganalisis dinamika dan mengungkap praktik terbaik dalam manajemen acara musik internasional. Sasaran penelitian meliputi tim negosiator perusahaan dan pemangku kepentingan festival.

Metode yang digunakan adalah studi kasus kualitatif, deskriptif melibatkan wawancara mendalam dengan para narasumber kunci, termasuk pihak manajemen dan para pemangku kepentingan lainnya, untuk menggali informasi terkait taktik komunikasi, pengambilan keputusan, serta manajemen risiko yang diterapkan. Selain itu, penelitian ini juga mencakup analisis dokumen sebagai upaya mendukung dan memperkuat data yang diperoleh dari wawancara. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji berbagai aspek dari perspektif yang holistik dan kontekstual.

Taktik promotor mendatangkan artis *rock* internasional memerlukan kombinasi antara pemahaman pasar global, keterampilan negosiasi lintas budaya, serta kemampuan untuk menawarkan pengalaman unik bagi artis. Taktik yang diimplementasikan oleh Rajawali Indonesia Communication dapat dijadikan model bagi promotor musik Indonesia dalam meningkatkan daya saing di industri musik global.

**Kata kunci:** *Taktik Promotor, Manajemen Event, Festival Musik Internasional, Artis Rock Internasional, Rajawali Indonesia Communication*



## **ABSTRACT**

*The Indonesian music industry faces significant challenges in negotiating contracts with international rock bands to participate in local music festivals. The main issues revolve around the complexity of negotiations and the cultural differences involved in bridging the interests of local promoters and international artists. The research question focuses on understanding the tactics employed by music festival promoters to bring international rock artists. The aim of this study is to identify and analyze the dynamics and uncover best practices in managing international music events. The research targets the negotiation teams of companies and festival stakeholders.*

*This study uses a qualitative case study approach, employing descriptive analysis and in-depth interviews with key informants, including management representatives and other stakeholders, to explore communication tactics, decision-making processes, and risk management practices applied. Additionally, the research includes document analysis to support and reinforce the data obtained from the interviews. This approach allows the researcher to examine various aspects from a holistic and contextual perspective.*

*Bringing international rock artists requires a combination of global market understanding, cross-cultural negotiation skills, and the ability to offer a unique experience for artists. The tactics implemented by Rajawali Indonesia Communication can serve as a model for Indonesian music promoters to enhance their competitiveness in the global music industry.*

**Keywords:** *Promoter Tactics, Event Management, International Music Festival, International Rock Artists, Rajawali Indonesia Communication*

## KATA PENGANTAR

Puja puji syukur saya persembahkan hanya kepada Allah SWT atas Nikmat dan Karunia-Nya sehingga naskah tesis yang berjudul “Taktik Promotor Mendatangkan Artis *Rock* Internasional: Studi Kasus Jogjarockarta Festival” dapat terselesaikan. Penulisan tesis merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Program Magister Tata Kelola Seni Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Oleh karena itu, izinkan saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dua malaikat saya, Ibu dan Istri yang selalu mendoakan dan mendukung setiap langkah. Serta kedua Anakku yang selalu menjadi motivasi.
2. Keluarga besar saya, orang tua dan kakak adik yang telah memberikan arti perjalanan hidup.
3. Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si. selaku Direktur Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta serta Ketua Tim Penguji yang telah memberikan kesempatan untuk membuktikan bahwa saya mampu menempuh jenjang pendidikan S-2 Program Magister Tata Kelola Seni ini.
4. Kurniawan Adi Saputro, Ph.D. selaku Penguji Ahli yang telah memberikan gagasan dan referensinya sebagai pencerahan saya dalam menulis tesis ini.
5. Dr. M. Kholid Arif Rozaq, S.Hut., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan dan kemudahan sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Tovic Raharja selaku *President Director* PT. Syakira Ghyna Rajawali Indonesia Communication yang telah bersedia meluangkan waktu untuk

menjadi narasumber dalam penelitian ini.

7. Ahmad Sobirin selaku *Business and Development Director* PT. Syakira Ghyna Rajawali Indonesia Communication yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini.
8. Bakkar Wibowo selaku *Creative Director* Jogjarockarta Festival yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini.
9. Gentur Handoko selaku *Artist Relation Manager* Jogjarockarta Festival yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi narasumber dalam penelitian ini.
10. Rekan kerja dan kolega gentagroup yang telah memberikan dukungan dan pengertiannya dalam menginisiasi tindakan pekerjaan.
11. Teman seangkatan Magister Tata Kelola Seni tahun 2022 yang telah memberikan dukungan dan meluangkan waktu untuk berdiskusi dan berbagi ilmu bersama.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang sudah membantu dalam kelancaran penulisan tesis ini.

Saya menyadari bahwa penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas penulisan dan memperbaiki kekurangan yang terdapat pada tesis ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kewarasan, dan keselamatan dunia akherat kepada semua pihak yang telah membantu penulisan ini.

Harapan saya semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna bagi masyarakat sebagai pengetahuan terkini, perkembangan seni, dan peningkatan daya usaha.

Yogyakarta, 2 Juni 2025



**Dimas Anang Susetyoko**

Penulis





## DAFTAR ISI

|                                                                                                   |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| TAKTIK PROMOTOR.....                                                                              | i   |
| TAKTIK PROMOTOR MENDATANGKAN .....                                                                | ii  |
| PERNYATAAN.....                                                                                   | iii |
| ABSTAK.....                                                                                       | iv  |
| KATA PENGANTAR .....                                                                              | vi  |
| DAFTAR ISI.....                                                                                   | ix  |
| BAB I .....                                                                                       | 1   |
| A. Latar Belakang.....                                                                            | 1   |
| B. Perumusan Masalah .....                                                                        | 6   |
| C. Tujuan Penelitian .....                                                                        | 6   |
| D. Manfaat Penelitian .....                                                                       | 7   |
| BAB II.....                                                                                       | 9   |
| A. Kajian Sumber .....                                                                            | 9   |
| 1. Dinamika Penyelenggaraan Festival Musik Internasional .....                                    | 9   |
| 2. Festival Music <i>Rock</i> Internasional .....                                                 | 15  |
| 3. Promotor Sebagai Aktor Penting Festival Musik Internasional .....                              | 17  |
| B. Kajian Teori .....                                                                             | 21  |
| Taktik sebagai Instrumen Operasional Manajemen Acara/ <i>Event</i> .....                          | 21  |
| Teori Manajemen Acara/ <i>Event</i> oleh Goldblatt .....                                          | 22  |
| BAB III .....                                                                                     | 27  |
| A. Jenis Penelitian .....                                                                         | 27  |
| B. Lingkup Penelitian .....                                                                       | 28  |
| C. Teknik Pengumpulan Data.....                                                                   | 29  |
| D. Teknik Analisis Data.....                                                                      | 32  |
| BAB IV .....                                                                                      | 34  |
| A. Hasil Penelitian .....                                                                         | 34  |
| 1. Perjalanan Jogjarockarta Festival.....                                                         | 34  |
| 2. Penelitian Artis <i>Rock</i> Internasional .....                                               | 44  |
| a. Riset Artis dan Agensi Sebelum Penyelenggaraan Festival .....                                  | 44  |
| b. Rajawali Indonesia Communication Sebagai ‘ <i>Trusted Promotor</i> ’ Artis Internasional ..... | 48  |

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3. Mendesain Festival Internasional .....                                       | 56 |
| 4. Perencanaan Festival : Analisa Pasar, Offering Artis dan Negosiasi Agensi .. | 59 |
| 5. Koordinasi Untuk <i>Deal Making</i> .....                                    | 65 |
| 6. Evaluasi .....                                                               | 73 |
| B. Pembahasan .....                                                             | 79 |
| BAB V.....                                                                      | 88 |
| A. Kesimpulan .....                                                             | 88 |
| B. Saran .....                                                                  | 89 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                            | 90 |
| Lampiran 1 : <i>Interview Guide</i> .....                                       | 93 |
| Lampiran 2 : Dokumentasi Kegiatan .....                                         | 96 |
| Lampiran 3 : Dokumentasi Temuan.....                                            | 98 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Figure 1 : Alur Managemen <i>Event</i> .....             | 23 |
| Figure 2 : Teknik Pengumpulan Data dan Triangulasi ..... | 31 |
| Figure 3 : Komponen Dalam Analisa Data .....             | 32 |
| Gambar 4.1 : Publikasi Jogjarockarta tahun 2017.....     | 35 |
| Gambar 4.2 : Publikasi Jogjarockarta tahun 2018.....     | 36 |
| Gambar 4.3 : Publikasi Jogjarockarta tahun 2019.....     | 37 |
| Gambar 4.4 : Publikasi Jogjarockarta tahun 2020.....     | 39 |
| Gambar 4.5 : Publikasi Jogjarockarta tahun 2022.....     | 41 |
| Gambar 4.6 : Publikasi Jogjarockarta tahun 2023.....     | 42 |
| Gambar 4.7 : Publikasi Jogjarockarta tahun 2024.....     | 43 |
| Gambar 4.8 : Contoh Dokumen Technical Rider.....         | 98 |
| Diagram 4.1 : Struktur Organisasi.....                   | 54 |
| Diagram 4.2 : Taktik Rajawali Indonesia.....             | 84 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Musik *rock* telah menjadi salah satu genre musik paling berpengaruh di dunia sejak kemunculannya pada pertengahan abad ke-20. Genre ini tidak hanya merepresentasikan kreativitas dan inovasi dalam musik, tetapi juga menjadi simbol perubahan budaya, pemberontakan, dan identitas generasi muda di berbagai belahan dunia. Festival musik *rock*, sebagai perwujudan perayaan kolektif dari genre ini, telah berkembang menjadi fenomena global yang mempengaruhi industri musik, pariwisata, ekonomi lokal, dan dinamika sosial-budaya (Bennett, 2009).

Dalam perkembangan berikutnya, festival musik *rock* mulai menjamur di berbagai belahan dunia, termasuk Eropa dengan *Glastonbury Festival* di Inggris, *Rock am Ring* di Jerman, hingga *Fuji Rock Festival* di Jepang. Masing-masing festival memiliki karakteristik unik yang mencerminkan konteks budaya dan lokalitasnya. Fenomena ini menjadikan festival musik *rock* sebagai entitas global dengan adaptasi lokal, yang sekaligus menantang pelestarian nilai-nilai tradisional dan menciptakan ruang baru untuk inovasi budaya (Hidayat, 2018).

Industri hiburan khususnya musik, merupakan bagian penting dari ekonomi kreatif yang berkembang pesat di berbagai negara, termasuk Indonesia. Salah satu sektor yang menunjukkan pertumbuhan signifikan



adalah penyelenggaraan konser musik berskala internasional. Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah menjadi tuan rumah bagi sejumlah konser dari artis *rock* kelas dunia seperti *Metallica*, *Guns N' Roses*, *Slipknot*, hingga *Dream Theater*. Kehadiran artis-artis internasional ini tidak hanya menunjukkan besarnya animo masyarakat terhadap musik *rock*, tetapi juga mempertegas posisi Indonesia sebagai pasar potensial dalam peta tur global.

Laporan riset pasar dari *mobilityforesights.com* Indonesia *music event market*, menunjukkan bahwa pasar acara musik di Indonesia memiliki potensi ekonomi yang besar. Peningkatan pendapatan masyarakat kelas menengah, urbanisasi, serta meningkatnya permintaan terhadap hiburan langsung merupakan pendorong utama pertumbuhan industri ini. Oleh karena itu, pengelolaan konser artis internasional tidak hanya berkaitan dengan aspek hiburan, tetapi juga berdampak pada ekonomi lokal, pariwisata, hingga citra budaya bangsa. Dalam kerangka tersebut, promotor musik memiliki peran strategis sebagai penghubung antara artis global dan audiens lokal, serta sebagai pengelola seluruh proses operasional dari hulu ke hilir.

Menurut portal berita ekonomi, bisnis, dan investasi *kontan.co.id*, mendatangkan artis musik luar negeri lebih menguntungkan. Nandi Prodjosemedi, CEO Adhitama Live, menyebutkan bahwa mendatangkan artis luar negeri memang memerlukan biaya lebih besar, namun keuntungannya juga lebih besar. Strategi yang diterapkan antara lain memperbanyak sponsor dan membuat konser festival untuk menekan biaya.

Jogjarockarta Festival telah menjadi salah satu acara musik *rock* terbesar dan paling dinanti di Indonesia sejak pertama kali diselenggarakan pada tahun 2017. Festival ini tidak hanya menghadirkan pertunjukan musik *rock* dari artis-artis lokal dan internasional ternama, tetapi juga sebagai simbol resistensi budaya populer di tengah dominasi industri musik arus utama. Diselenggarakan oleh Rajawali Indonesia Communication, Jogjarockarta tidak hanya menjadi ruang ekspresi musikal, tetapi juga menjadi medium diplomasi budaya yang mempertemukan komunitas lintas generasi, pecinta musik cadas, pelaku industri kreatif, hingga wisatawan domestik dan mancanegara.

Yogyakarta memang tidak menjadi pilihan teratas bagi promotor dalam menyelenggarakan festival musik internasional. Infrastruktur, sumber daya, aksesibilitas, dan tingkat keterjangkauan masyarakat di kota ini tidak sebaik di Jakarta. Dari perspektif bisnis, Jakarta lebih menguntungkan karena menyediakan banyak venue dengan kapasitas memadai, seperti aksesibilitas yang baik, sarana transportasi yang memadai, serta profil penonton yang sesuai dengan target audiens promotor. Semua ini akan meningkatkan kenyamanan bagi semua pihak yang terlibat, termasuk musisi, promotor, penonton, dan sponsor. Dalam memilih lokasi, promotor harus mempertimbangkan pemenuhan kebutuhan fungsional dan kesesuaian dengan kebutuhan kreatif.(Van der Wagen, 2004).

Sebagai promotor, Rajawali Indonesia Communication meyakini bahwa Yogyakarta memiliki keunggulan sendiri yang sesuai dengan

statusnya sebagai Daerah Istimewa. Keunggulan ini dianggap akan menciptakan pengalaman yang unik bagi pengunjung dan penampil. Suatu lokasi biasanya menjadi menarik karena keunikan, ukurannya yang kecil, dan kemudahannya dijangkau. Daya tarik tersebut mampu mendorong wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut, terutama dalam waktu luang mereka, meskipun mereka harus datang dari tempat yang jauh (Swarbrooke & Page, 2012).

Keberhasilan Jogjarockarta Festival menegaskan bahwa Yogyakarta memiliki daya saing sebagai destinasi budaya dan musik live internasional. Namun, pencapaian ini tidak terlepas dari tantangan kompleks yang harus ditangani oleh pihak penyelenggara. Mulai dari persoalan perizinan yang berlapis, keterbatasan infrastruktur berstandar internasional, hingga dinamika sosial-budaya yang memerlukan pendekatan partisipatif dan kontekstual. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara mendalam bagaimana Rajawali Indonesia Communication merancang dan menyesuaikan taktiknya dalam menghadapi dinamika tersebut demi memastikan keberlanjutan dan skalabilitas festival di masa depan.

Studi oleh Santoso & Pratama (2023) menyoroti bahwa promotor yang mampu mengintegrasikan teknologi informasi dalam manajemen acara memiliki peluang lebih tinggi dalam menarik artist lineup internasional. Hal ini mencakup penggunaan sistem Customer Relationship Management (CRM) untuk segmentasi pasar, pelacakan preferensi audiens, serta optimalisasi kanal digital seperti media sosial dan layanan streaming.

Teknologi ini memungkinkan pendekatan yang lebih terukur dan berbasis data dalam promosi dan negosiasi dengan manajemen artis global.

Sementara itu, penelitian oleh Dewi (2022) mengidentifikasi bahwa keterbatasan infrastruktur dan birokrasi kerap menjadi hambatan utama dalam penyelenggaraan konser berskala internasional, terutama di kota-kota budaya seperti Yogyakarta. Birokrasi perizinan yang tidak seragam, koordinasi antar lembaga pemerintah daerah yang tidak efisien, serta kurangnya fasilitas berstandar internasional (seperti sistem keamanan, panggung, dan *sound system*) menjadi tantangan serius bagi promotor.

Kendati kedua penelitian tersebut memberikan landasan penting bagi pemahaman faktor-faktor kunci dalam manajemen acara, belum terdapat studi empiris yang secara spesifik menelaah taktik operasional Rajawali Indonesia Communication dalam mendatangkan artis *rock* internasional ke Jogjarockarta Festival. Gap ini signifikan, mengingat keberhasilan Rajawali menyelenggarakan Jogjarockarta secara konsisten dan skalanya yang terus berkembang dari tahun ke tahun. Padahal, festival ini menjadi preseden penting dalam pengembangan ekosistem musik di luar Jakarta dan Bandung, serta menjadi bukti bahwa kota budaya seperti Yogyakarta dapat menjadi magnet pertunjukan musik global.

Dengan demikian, penelitian ini sangat relevan untuk dilakukan karena dapat mengisi kekosongan literatur terkait studi taktik promotor dalam konteks lokal, sekaligus memberikan pemetaan strategi yang adaptif terhadap tantangan struktural dan budaya yang khas di Yogyakarta.



Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan memberikan fokus pada dimensi taktis dari kegiatan promotor musik. Taktik dalam konteks ini dipahami sebagai langkah-langkah operasional jangka pendek yang digunakan untuk mencapai tujuan strategis. Diharapkan penelitian ini juga menjadi acuan praktis bagi promotor lain dalam menyelenggarakan festival musik bertaraf internasional di wilayah non-metropolitan.

### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan dinamika perjalanan Rajawali Indonesia Communication dalam mendatangkan artis *rock* internasional pada Jogjarockarta Festival tentunya memiliki catatan menarik dalam perencanaannya. Fokus penelitian yang hendak dicarikan jawaban melalui penelitian ini adalah; “Bagaimana taktik Rajawali Indonesia dalam mendatangkan artis *rock* internasional pada Jogjarockarta Festival dari awal diselenggarakan tahun 2017 hingga 2024?”

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah menjawab rumusan masalah sehingga dapat:

1. Mengidentifikasi dinamika yang terjadi dalam mendatangkan artis *rock* internasional pada Jogjarockarta Festival.
2. Menganalisis faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan

mendatangkan artis *rock* internasional pada Jogjarockarta Festival.

3. Memberikan wawasan dan rekomendasi untuk promotor musik dalam mendatangkan artis *rock* internasional ke Indonesia.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Praktis**

Penelitian ini memberikan manfaat praktis dengan memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika yang dihadapi promotor dalam penyelenggaraan *event* musik standar internasional. Selain itu penelitian ini menyajikan saran - saran dalam konteks penyelenggaraan pentas dengan mengundang para artis *rock* internasional yang diinginkan untuk tampil di sebuah festival. Dengan mengetahui dinamika yang terjadi, dapat mengatasi kendala praktis yang mungkin timbul. Selain itu penelitian ini juga dapat berkontribusi positif dalam pendekatan penyesuaian kebutuhan yang tepat untuk meningkatkan *benefit* antara artis dan promotor.

##### **2. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis yang penting sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai komunikasi dan negosiasi artis pada suatu festival. Studi ini memberikan wawasan rinci tentang dinamika industri promotor konser musik dengan meneliti faktor - faktor yang mempengaruhi ketersediaan artis untuk tampil di festival konser musik. Hasil penelitian ini dapat membantu

memperdalam penelitian selanjutnya sehingga memungkinkan peneliti untuk mengembangkan kerangka konseptual yang lebih kuat dan komprehensif. Selain itu, penelitian ini dapat membuka jalan bagi penemuan tentang penyelenggaraan festival dalam pengembangan industri musik. Oleh karena itu manfaat teoritis dari penelitian ini tidak hanya bersifat pribadi tetapi juga berkontribusi pada pemahaman kolektif tentang ekosistem promotor dan membantu dalam mengatasi risiko dan tantangan dalam mendatangkan artis internasional.

