

## **IMPLEMENTASI PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DALAM KONSER TALUN DI MUSEUM KOTA BANDUNG**

Grace Caroline Sahertian  
(Email: [grace.sahertian@gmail.com](mailto:grace.sahertian@gmail.com))

Program Studi D-III Seni Rupa dan Desain  
Fakultas Seni Rupa dan Desain  
Universitas Kristen Maranatha  
Jl. Suria Sumantri, MPH no. 65, Bandung, Indonesia

### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi di era digital ini mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk aspek seni dan budaya. Musik yang merupakan salah satu unsur dalam seni dan budaya pun dituntut untuk tetap relevan dengan kondisi aktual. Kemunculan platform *video streaming* seperti YouTube, berpengaruh terhadap penurunan minat masyarakat untuk menikmati pertunjukan musik secara langsung, oleh sebab itu, pertunjukan musik membutuhkan identitas visual atau *visual branding* sebagai kemasan yang dapat membangun citra dan daya tarik dari *event* tersebut. Konser Talun merupakan sebuah pertunjukan musik yang diadakan di Museum Kota Bandung dan dikemas dengan konsep kreatif. Identitas visual Konser Talun dirancang dengan mengadaptasi elemen-elemen yang terdapat pada Museum Kota Bandung dan karakteristik bunyi gaung/gema. Metode perancangan yang digunakan bersifat analisis kualitatif dengan instrumen observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil perancangan identitas visual Konser Talun berupa logo, warna, *font* dan elemen desain, yang kemudian diterapkan ke dalam media promosi, tata pencahayaan, *visual background*, instalasi dan *merchandise*. Implementasi identitas visual ini diharapkan dapat memberikan daya tarik dan *value* tambahan berupa pengalaman audio visual yang unik dalam sebuah pertunjukan musik, sehingga dapat menjadi alternatif bagi masyarakat untuk menyaksikan dan menikmati pertunjukan musik secara langsung di tengah bermunculannya berbagai platform digital.

Kata Kunci: *branding*, desain, identitas visual, konser musik

### **ABSTRACT**

*The development of technology in this digital era affects various aspects of people's lives, including aspects of art and culture. Music, which is an element in art and culture, is also required to remain relevant to actual conditions. The emergence of video streaming platforms such as YouTube has an effect on decreasing public interest in enjoying live music performances, therefore, music performances require visual identity or visual branding as packaging that can build the image and attractiveness of the event. Konser Talun is a musical performance held at the Bandung City Museum and is packed with creative concepts. The visual identity of Konser Talun was designed by adapting the elements contained in the Bandung City Museum and the characteristics of the echo sound. The design method used is qualitative analysis with observation, interview and documentation instruments. The results of Konser Talun's visual identity design are logos, colors, fonts and design elements, which are then applied to promotional media, lighting, visual backgrounds, installations and merchandise. The implementation*

Grace Caroline Sahertian

Implementasi Perancangan Identitas Visual dalam Konser Talun di Museum Kota Bandung

*of this visual identity is expected to provide additional attractiveness and value in the form of a unique audio visual experience in a musical performance, so that it can be an alternative for the public to watch and enjoy live music performances amid the emergence of various digital platforms.*

*Keywords: branding, design, visual identity, music concert*

## PENDAHULUAN

Membangun identitas visual atau *visual branding* perlu menjadi perhatian utama di era digital ini. Hilangnya batasan membuat persaingan usaha semakin ketat, termasuk bagi pelaku industri kreatif. Perkembangan teknologi membuat perubahan besar dalam industri musik, khususnya dalam bidang pertunjukan musik. Dengan hadirnya *platform video streaming* seperti YouTube, minat masyarakat untuk menonton pertunjukan musik secara langsung pun cenderung menurun. Berdasarkan data yang dilansir dari redaksi techbiz.id, tercatat 9 dari 10 orang pengguna internet di Indonesia menonton YouTube setiap harinya. Head of Large Customer Marketing Google Indonesia, Muriel Makarim menyampaikan, berdasarkan data dari ComScore VMX, per bulan ada sebanyak 93 juta masyarakat Indonesia yang berusia di atas 18 tahun menonton Youtube selama setahun terakhir.

Kemajuan teknologi memang tidak bisa dipungkiri, namun ada dampak yang dirasakan oleh para musisi dan pekerja di belakang layarnya, sehingga berpengaruh juga pada ekosistem musik. Di sisi lain, interaksi antara musisi dengan penonton menjadi suatu kebutuhan emosional yang belum tergantikan sampai saat ini. Oleh sebab itu, untuk menaikkan kembali minat penikmat musik untuk menghadiri pertunjukan musik, perlu ditawarkan hal-hal baru, seperti mengemas pertunjukan musik dengan alur cerita dan *gimmick*, sehingga menjadi sebuah pertunjukan dengan pengalaman audio visual yang menarik dan berkesan. Menurut Anas Syahrul Alimi, CEO Rajawali Indonesia, seperti dilansir dalam artikel tirto.id, konsep adalah hal yang penting, baik itu untuk festival maupun konser tunggal. Konsep yang menarik akan membuat sponsor tertarik dan tentunya dapat menarik penonton.

“Seni pertunjukan adalah sebuah seni yang dapat disajikan sendiri, kelompok/group dengan pencahayaan, musik atau gambar yang dibuat oleh artis sendiri atau bekerjasama, dan dilakukan di tempat mulai dari sebuah galeri seni atau museum untuk sebuah ruang alternatif, sebuah teater, kafe, bar atau sudut jalan.” (Goldberg, 2011:9)

Konser Talun adalah salah satu wujud dari pertunjukan musik dengan konsep yang kreatif. Konser Talun diadakan pada bulan Desember tahun 2019 di Museum Kota Bandung. Pemilihan bangunan peninggalan kolonial Belanda yang telah ditetapkan sebagai Bangunan Cagar Budaya Kelas A No. 19 Tahun 2009 oleh Pemerintah Kota Bandung ini bukan tanpa alasan. Selain lokasinya yang strategis, bangunan museum juga memiliki akustik ruang yang dapat menghasilkan gema dan gaung, serta memiliki terdapat beberapa ruang pameran untuk diolah menjadi instalasi. Berdasarkan KBBI, Talun sendiri memiliki arti 'bergaung' atau 'bergema'. Gema dan gaung tidak hanya mengacu pada pantulan bunyi yang dihasilkan di dalam ruang museum, namun juga memiliki makna yang lebih luas, yaitu menggemakan kebaikan. Konser Talun juga merupakan konser amal untuk menggalang dana bagi korban gempa bumi di Maluku.

Identitas visual Konser Talun adalah wajah pertama yang akan dikenali oleh masyarakat ketika muncul pada media promosi. Oleh sebab itu, perancangan identitas visual diadaptasi dari elemen-elemen yang terdapat pada Museum Kota Bandung, serta karakteristik dari gaung/gema. Tujuannya supaya identitas visual tersebut dapat mengkomunikasikan makna, memberikan nilai tambah dan relevan dengan target pasar yang telah ditentukan. Adapun perancangan identitas visual Konser Talun ini terdiri dari logo (*logotype* dan *logomark*), warna, *font* dan elemen desain. Identitas visual tersebut diterapkan pada media promosi, *visual background*, tata pencahayaan, instalasi dan *merchandise*. Implementasi perancangan identitas visual dalam Konser Talun ini diharapkan dapat memberikan daya tarik dan *value* tambahan berupa pengalaman audio visual yang unik dengan memunculkan imajinasi dan mengikat emosi penonton melalui interaksi dengan keseluruhan elemen yang terdapat di dalam Konser Talun, sehingga dapat menjadi alternatif bagi masyarakat untuk menyaksikan dan menikmati pertunjukan musik secara langsung di tengah berkurangnya minat masyarakat untuk menonton pertunjukan musik secara langsung dan bermunculannya berbagai platform digital.

## **METODE PERANCANGAN**

Metode perancangan dalam perancangan identitas visual Konser Talun ini terdiri dari 4 tahap, yaitu tahap pengumpulan data, analisis data, perancangan dan implementasi desain. Diawali dengan mengidentifikasi dan merumuskan masalah dengan memaparkan fenomena teknologi di era digital, khususnya keberadaan YouTube sebagai platform *video streaming* yang semakin lama semakin berkembang dan diminati masyarakat Indonesia, sehingga mengakibatkan kecenderungan menurunnya minat masyarakat untuk menonton pertunjukan musik secara langsung. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode studi pustaka dan internet, yang terdiri dari pembacaan (*reading*) dan pencatatan (*note taking*). Kemudian dilanjutkan dengan tahap analisis data yang terdiri dari penginterpretasian (*interpreting*) dan pengelompokan (*clustering*). Setelah itu masuk ke tahap perancangan dengan membuat logo, warna, *font* dan desain elemen visual untuk Konser Talun. Tahap terakhir adalah penerapan desain pada ke dalam media promosi, instalasi seni, tata pencahayaan, visual *background* dan *merchandise* Konser Talun.

Perancangan identitas visual Konser Talun ini diawali dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung pada lokasi penelitian, yaitu Museum Kota Bandung. Kemudian dilakukan observasi sistematis dengan menggunakan instrumen penelitian yang mencakup arsitektur, desain elemen dan tata letak ruang pada museum. Selanjutnya dilakukan proses wawancara informal dengan salah satu pengurus Museum Kota Bandung untuk memperoleh informasi mengenai data-data dan keterangan yang diperlukan.

Teori-teori yang digunakan dalam perancangan identitas visual Konser Talun ini adalah sebagai berikut:

1. *Branding*

Menurut Landa, pengertian branding bukanlah sekedar merek atau nama dagang dari sebuah produk, jasa, atau perusahaan. Namun semuanya yang berkaitan dengan hal-hal yang kasat mata dari sebuah merek mulai dari nama dagang, logo, ciri visual, citra, kredibilitas, karakter, kesan, persepsi, dan anggapan yang ada di benak konsumen perusahaan tersebut (Landa, 2006:4).

a. *Jenis Branding*

*Event Branding* adalah proses membangun identitas dari suatu *event* dapat disebut dengan *event branding* yang bertujuan agar masyarakat mengetahui keberadaan *event* tersebut. Banyak hal yang dapat dilakukan oleh para pelaksana agar *event* yang mereka adakan dapat dikenal dan menggaet lebih banyak orang untuk ikut terlibat.

b. Unsur *Branding*: nama *event*, logo (*logotype*, *logomark*), tampilan visual, suara (lagu tematik), kata-kata (slogan).

2. Prinsip dan Elemen Desain

a. Prinsip Desain: keseimbangan (*balance*), kesatuan (*unity*), ritme (*rhythm*), penekanan (*emphasis*), dan proporsi.

b. Elemen Desain: garis (*line*), bentuk (*shape*), tekstur, ruang sisa (*space*), ukuran (*size*), nilai (*value*) dan warna.

## PEMBAHASAN

Konser Talun karya musisi Grace Sahertian merupakan sebuah pertunjukan kolaborasi *cross-genre* yang dihadirkan bersama dengan teman-teman seniman lainnya, sebagai satu suguhan pertunjukan musik yang mengedepankan unsur audio dan visual sebagai medium untuk mengomunikasikan pesan-pesan yang ingin disampaikan.

Dalam pertunjukan ini, Grace Sahertian mengajak para penikmat musik untuk menikmati sebuah momen hening, menemukan suara-suara tersembunyi di dalam diri, kemudian menggemakannya. Momen ini pun diambil oleh Grace untuk menggemakan kebaikan dengan cara menyumbangkan seluruh hasil penjualan tiket Konser Talun kepada saudara-saudara kita yang menjadi korban gempa bumi di Maluku.

Acara ini dikemas sebagai sebuah pertunjukan yang hangat dan intim dengan mengedepankan karakteristik vokal dan harmonisasi suara yang merupakan ciri khas Grace

Sahertian. Pengalaman audio dan visual yang akan disajikan apik dalam bentuk instalasi interaktif dan juga *live performance* ini dipandu oleh Keni Soeriaatmadja sebagai narator. Pertunjukan yang akan berlangsung selama kurang lebih 90 menit ini menghadirkan seorang penari kontemporer, serta *featuring artist* asal kota Bandung, yaitu Dhira Bongs, Gaby dan USBP. Para penonton wajib mengenakan pakaian berwarna putih supaya dapat merespon pengalaman visual yang diberikan melalui tata pencahayaan dan karya instalasi. Komposisi audio visual yang disajikan diharapkan dapat memberikan beragam pengalaman bagi penonton Konser Talun. Ada kata 'alun' di dalam 'talun' yang juga menghantar alunan suara-suara, tidak hanya sampai ke telinga, melainkan juga ke hati.

### **Tahapan Perancangan Identitas Visual Konser Talun**

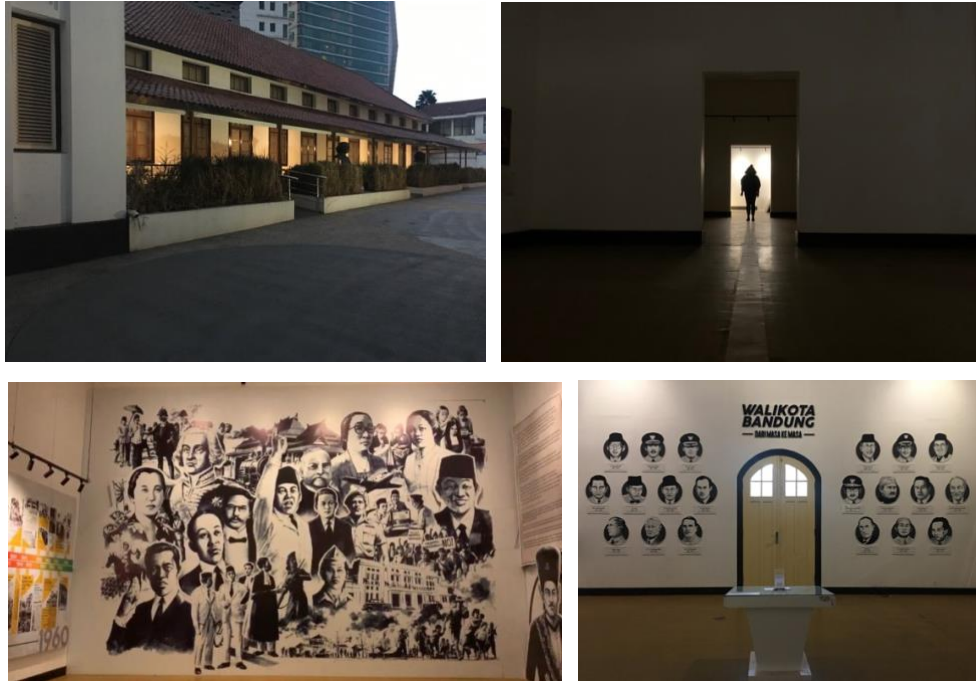
Perancangan identitas visual Konser Talun terdiri dari 4 tahap, yaitu:

1. Pengumpulan Data

Tahap mengumpulkan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan studi pustaka. Pengumpulan data yang dilakukan adalah mencari sinonim kata gaung/gema pada KBBI untuk menentukan judul pertunjukan. Didapatlah kata 'talun' pada KBBI yang artinya bersipongang, bergaung, bergema. Lalu penulis mencari definisi kata gaung dan gema, serta karakteristiknya. Kemudian dilakukan survey untuk menentukan lokasi pertunjukan yang dapat mengakomodasi kebutuhan konsep, dimana akustik ruangan pertunjukan harus dapat menghasilkan gaung/gema. Terdapat beberapa alternatif gedung, namun pilihan jatuh kepada gedung cagar budaya, Museum Kota Bandung. Selain sesuai dengan kriteria konsep, lokasi Museum Kota Bandung cukup strategis karena terletak di pusat kota. Selain itu, Museum Kota Bandung juga memiliki sekat-sekat ruang galeri yang dapat dirancang menjadi ruang instalasi.

Grace Caroline Sahertian

Implementasi Perancangan Identitas Visual dalam Konser Talun di Museum Kota Bandung



Gambar 1. Museum Kota Bandung  
Sumber: Dokumentasi penulis, 2019

## 2. Analisis Data

Setelah data-data berhasil terkumpul, tahap selanjutnya adalah analisis konsep, pembuatan *creative brief* dan target market. Proses analisis konsep dilakukan dengan memaparkan arti gaung dan gema, kemudian menentukan kata kunci dari definisi-definisi tersebut. Kata kunci yang terkumpul kemudian dijadikan sebagai kata *visual keywords* dari elemen-elemen artistik yang akan didesain untuk Konser Talun. Berikut adalah proses pencarian *visual keywords* Konser Talun:



### REVERBERATION & ECHO ANALOGY

- Reverb is to sound what **shadow** is to visual imaging and perception. It sounds nice and at first glance it might seem to be logical; reverb follows the sounds like **shadow follows the objects in our visual world**. (Is reverb really like shadow to light? by Roland Cah)
- While musicians view echo and reverb as efficient ways to appropriate the performance space, the audiences experience its transformation into a **paradoxical place**. (Enchanting spaces: echo and reverb at Romanian popular parties by Victor A. [2021]9)
- With echo their melodic lines became full, continuous and pulsed on the beat, all effortlessly. (Enchanting spaces: echo and reverb at Romanian popular parties by Victor A. [2021]9)
- The larger the reverb, the more the musicians seemed to "step back" into the distance. The place of the encounter, then, was no longer the actual space of the listener but a special and somehow "utopian" one. (Enchanting spaces: echo and reverb at Romanian popular parties by Victor A. [2021]9)



Grace Caroline Sahertian  
Implementasi Perancangan Identitas Visual dalam Konser Talun di Museum Kota Bandung



Gambar 2. Analisis konsep gema dan gaung  
Sumber: Data penulis, 2019

Adapun kata kunci yang didapatkan setelah memaparkan arti gaung dan gema adalah:

- *Shadow*
- *Repetition*
- *Mimic*
- *Reflection*
- *Interaction*
- *Camouflage*
- *Textures*
- *Geometric*

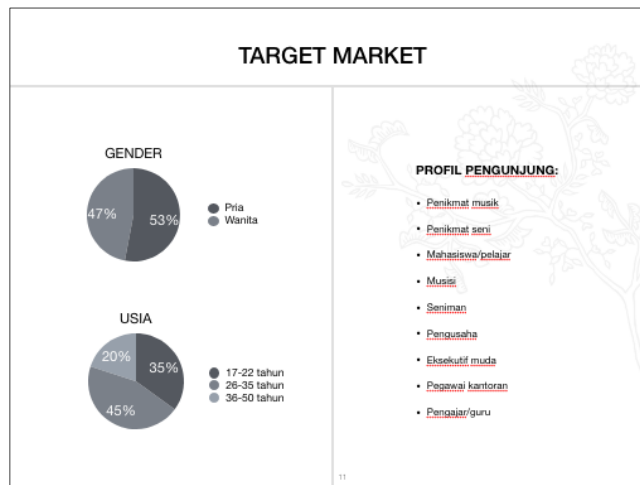
Proses selanjutnya adalah pembuatan *creative brief*. *Creative brief* dapat dianalogikan sebagai peta yang memberikan pedoman bagi penulis agar bisa mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Berikut adalah brief dan target market Konser Talun:

Tabel 1. *Brief* Konser Talun

Grace Caroline Sahertian  
 Implementasi Perancangan Identitas Visual dalam Konser Talun di Museum Kota Bandung

Objektif	Penonton membuka akun media sosial untuk mengetahui detail acara dan cara memesan tiket
Medium	Poster digital, instalasi, <i>visual background</i> , <i>merchandise</i>
Nama <i>Event</i>	Konser Talun
<i>Tagline</i>	Sebuah momen hening, menemukan suara-suara tersembunyi di dalam diri, kemudian menggemakannya
Waktu	15 Desember 2019
Tempat	Museum Kota Bandung, Jl. Aceh No. 47, Bandung 40117
Bintang Tamu	Dhira Bongs, Gaby, United States of Bandung Percussion (USBP)
Harga Tiket Donasi	Rp. 100.000,00
Pembayaran	gracesahertianmusic@gmail.com
Contact	IG: @gracesahertian, Website: gracesahertian.com
Media Partner	Provoke, Padapanik, 8lightment, Heartbreak Station TV, Into ti Bandung, Roi Radio, Junks Radio, MACCA Magazine, Koncos Club, Kanal Tigapuluh, Rumah Kedua Media, Stereosnap, MIB.Net, Niurbana, Hardrock 87.7 FM, Omunium, KlabJazz, Mave Magazine
Sponsor	MLD Spot, Yumaju Coffee, Screamous, Ayam Gepuk Pak Gembus
<i>Events</i>	<i>Music performance, art installations</i>

Sumber: Data penulis, 2019



Gambar 3. Target market Konser Talun  
 Sumber: Data penulis, 2019

### 3. Perancangan

Setelah mendapatkan data analisis konsep, *creative brief* dan target market, penulis melakukan pembuatan desain logo, penentuan warna, pemilihan *font* dan desain elemen visual Konser Talun.

Berikut adalah identitas visual Konser Talun:

#### a. Logo Konser Talun

##### o *Logotype*

Desain *logotype* terinspirasi dari gaya art deco yang memberikan kesan klasik modern dan elegan.

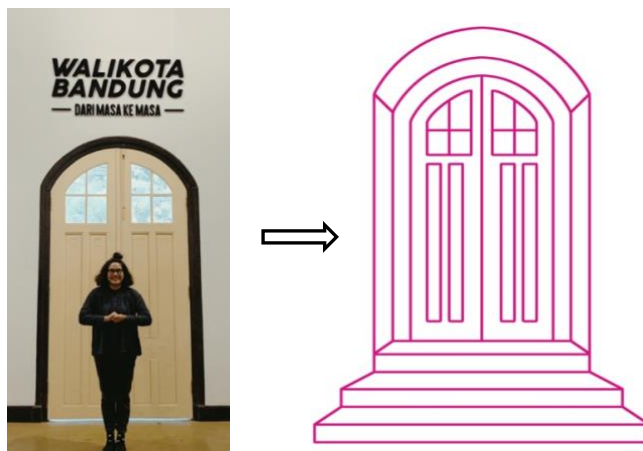


TALUN  
*Grace Sahertian*

Gambar 4. *Logotype* Konser Talun  
Sumber: Data penulis, 2019

##### o *Logomark*

*Logomark* Konser Talun diadaptasi dari pintu masuk utama Museum Kota Bandung.



Gambar 5. *Logomark* Konser Talun

- *Logo Background*

*Background logo* didesain dengan mengadaptasi tekstur tembok dan bayangan cahaya dari jendela pintu masuk utama Museum Kota Bandung.



Gambar 6. *Logo background*  
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2019

- b. Warna

Warna yang digunakan sebagai identitas Konser Talun adalah warna-warna netral seperti abu-abu dan coklat beige, serta warna *shocking* pink sebagai *focal point/emphasis*.

- Warna abu-abu diadaptasi dari warna tembok Museum Kota Bandung. Warna abu-abu melambangkan ketenangan, sopan dan sederhana.
- Warna coklat beige diadaptasi dari warna cat pintu masuk utama Museum Kota Bandung. Warna coklat memberikan kesan hangat, aman dan nyaman.
- Warna *shocking* pink dipilih sebagai representasi dari sosok perempuan, yaitu Grace Sahertian sendiri. Warna pink melambangkan feminitas, cinta, kasih sayang dan antusiasme.

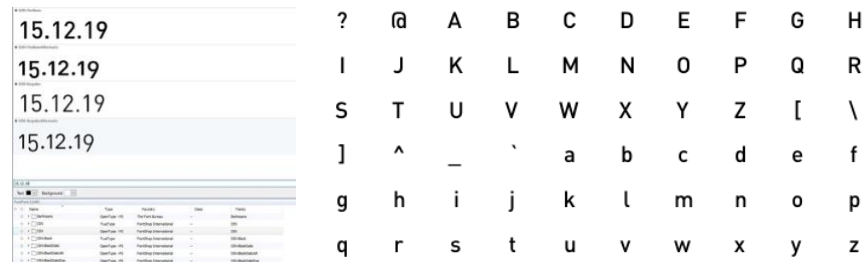
Grace Caroline Sahertian  
Implementasi Perancangan Identitas Visual dalam Konser Talun di Museum Kota Bandung



Gambar 7. Color chart  
Sumber: Data penulis, 2019

c. *Font*

*Font* yang digunakan dalam Konser Talun adalah keluarga huruf DIN yang termasuk ke dalam jenis sans-serif. *Font* ini dipilih karena garis geometrisnya yang tipis dan memiliki kesan yang *clean*.



Gambar 8. Huruf DIN  
Sumber: Dokumentasi penulis, 2019

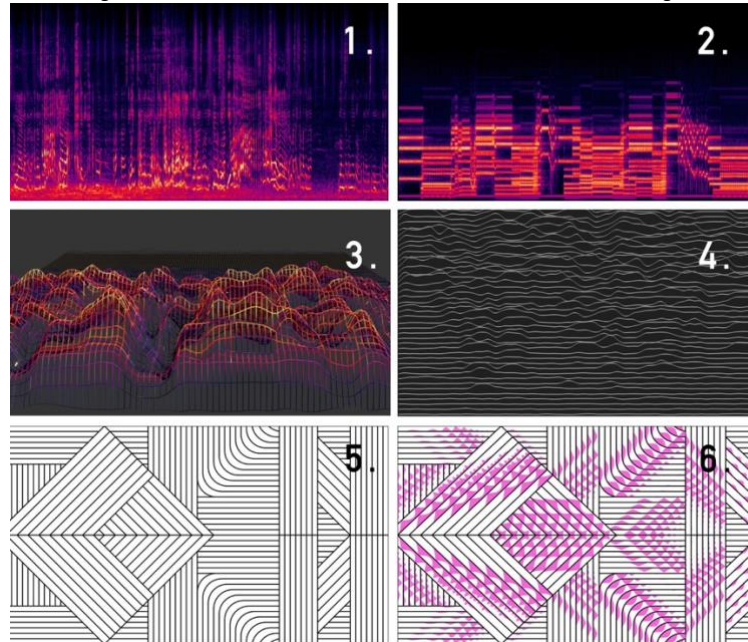
d. Elemen Visual

Mengacu pada kata kunci dari gaung dan gema yang telah dianalisis sebelumnya, penulis mengadaptasi gelombang suara/*sound waves* dari salah satu lagu Grace Sahertian, yaitu Better to Love.

Berikut adalah proses tahapan desain elemen visual dari gelombang suara hingga terbentuk motif:

Grace Caroline Sahertian

Implementasi Perancangan Identitas Visual dalam Konser Talun di Museum Kota Bandung



Gambar 9. Tahapan desain elemen visual Konser Talun  
Sumber: Data penulis, 2019

#### 4. Implementasi Desain

Tahap terakhir adalah penerapan logo, warna, *font* dan elemen visual ke dalam media promosi, instalasi seni, tata pencahayaan, visual *background* dan *merchandise* Konser Talun.

##### a. Materi Promosi Konser Talun

Materi promosi Konser Talun berupa konten digital yang diunggah pada media sosial Instagram.

Grace Caroline Sahertian  
Implementasi Perancangan Identitas Visual dalam Konser Talun di Museum Kota Bandung

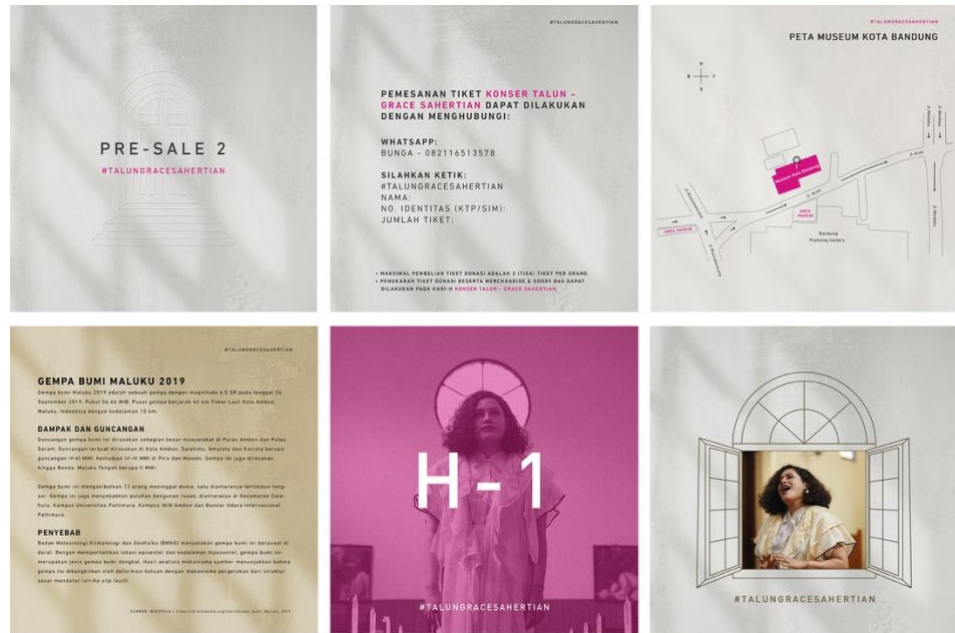


Gambar 10. Logo final Konser Talun  
Sumber: Data penulis, 2019



Gambar 11. Poster Konser Talun  
Sumber: Data penulis, 2019

Grace Caroline Sahertian  
Implementasi Perancangan Identitas Visual dalam Konser Talun di Museum Kota Bandung



Gambar 12. Materi promosi Konser Talun pada Instagram  
Sumber: Data penulis, 2019

b. Tata Pencahayaan

Warna *shocking pink* sebagai *focal point/emphasis* yang merepresentasikan Grace Sahertian, diaplikasikan pada tata pencahayaan luar dan dalam gedung, serta pada area panggung Konser Talun.





Grace Caroline Sahertian  
Implementasi Perancangan Identitas Visual dalam Konser Talun di Museum Kota Bandung  
Gambar 13. Tata pencahayaan Konser Talun  
Sumber: Dokumentasi penulis, 2019

c. Instalasi Seni

Terdapat tiga area instalasi sebelum penonton memasuki ruang utama Konser Talun. Ketiga area tersebut didesain untuk membangun interaksi dengan penonton.

- o Ruang pertama, terdapat bentangan kain voal putih yang bertuliskan arti kata 'talun' dan *tagline* Konser Talun.

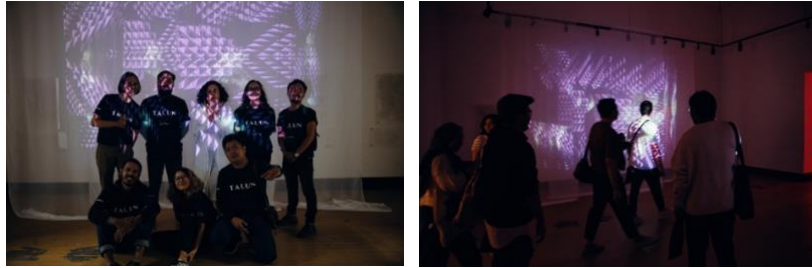


Gambar 14. Ruang instalasi pertama  
Sumber: Dokumentasi penulis, 2019

- o Ruang kedua, terdapat *fabric installation* yang ditembak oleh visual motif Talun dengan menggunakan proyektor. Instalasi ini menggambarkan karakteristik gaung dan gema (*shadow, reflection, interaction, camouflage, texture, dsb*).

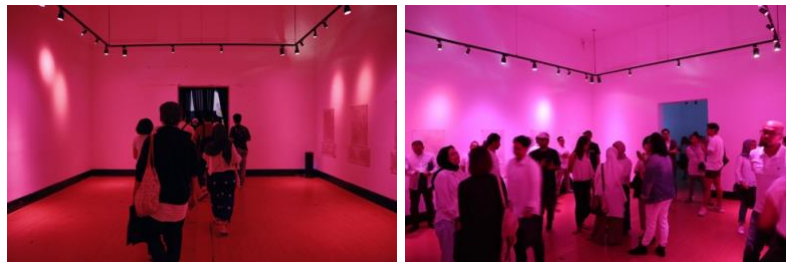


Grace Caroline Sahertian  
Implementasi Perancangan Identitas Visual dalam Konser Talun di Museum Kota Bandung



Gambar 15. Ruang instalasi kedua  
Sumber: Dokumentasi penulis, 2019

- o Ruang ketiga, merupakan ruang instalasi terakhir sebelum penonton memasuki area utama pertunjukan. Pada ruangan ini, seluruh pencahayaan dibuat menjadi warna pink dan diputar pula *looping* audio berupa mantra, dimana narator menyebutkan kata 'Talun' dengan efek gaung dan gema.



Gambar 16. Ruang instalasi ketiga  
Sumber: Dokumentasi penulis, 2019

#### d. *Visual Background*

Dalam Konser Talun, *visual background* berupa logo, motif dan elemen visual lainnya ditembakkan secara langsung ke tembok museum dengan menggunakan teknik *video mapping*.

Grace Caroline Sahertian  
Implementasi Perancangan Identitas Visual dalam Konser Talun di Museum Kota Bandung



Gambar 17. *Visual background* Konser Talun  
Sumber: Dokumentasi penulis, 2019

e. *Merchandise*

*Merchandise* Konser Talun berupa *scarf* berbahan voal dan motif *print* adaptasi dari *sound waves* lagu Better to Love.



Gambar 18. *Merchandise* Konser Talun  
Sumber: Dokumentasi penulis, 2019

## PENUTUP

Identitas visual menjadi aspek penting dalam sebuah pertunjukan musik. Tidak hanya sebagai *visual branding*, namun jika diterapkan secara menyeluruh, dapat memberikan

daya tarik dan *value* tambahan berupa pengalaman audio visual yang unik bagi setiap penonton. Diharapkan dengan konsep kreatif dan kemasan yang matang, sebuah pertunjukan musik tidak hanya dapat menarik sponsor, tetapi juga menarik minat penonton untuk menonton pertunjukan musik secara langsung. Ekosistem musik pun diharapkan dapat tetap berlangsung secara sehat di tengah kemajuan teknologi dan era digital ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### Sumber Buku

Goldberg, Roselee. (2011). *Performance Art: From Futurism to the Present*. London: Thames & Hudson.

Landa, Robin. (2006). *Graphic Design Solutions*. Boston: Clark Baxter.

### Sumber Online

Daily.redbullmusicacademy.com. (2015, 2 November). Modern Approaches: Reverb and Delay.

Diakses pada 10 Desember 2019, dari

<https://dailyredbullmusicacademy.com/2015/11/modern-approaches-reverb-and-delay>

Dkv.umn.ac.id. (2019, 4 Desember). *DKV UMN Berkolaborasi dengan YWMF dalam Konser Inspirasi Cinta*. Diakses pada 27 Oktober 2020, dari [https://dkv.umn.ac.id/news/dkv-](https://dkv.umn.ac.id/news/dkv-umn-berkolaborasi-dengan-ywmf-dalam-konser-inspirasi-cinta/)

[umn-berkolaborasi-dengan-ywmf-dalam-konser-inspirasi-cinta/](https://dkv.umn.ac.id/news/dkv-umn-berkolaborasi-dengan-ywmf-dalam-konser-inspirasi-cinta/)

Techbiz.id. (2020, 15 September). *9 dari 10 Pengguna Internet di Indonesia Menonton Youtube*.

Diakses pada 27 Oktober 2020, dari [https://techbiz.id/2020/09/9-dari-10-](https://techbiz.id/2020/09/9-dari-10-pengguna-)  
pengguna-

Tirto.id. (2019, 6 Juli). *Bikin Konser atau Festival Musik Harus Punya Konsep yang Kuat.*

Diakses

pada 27 Oktober 2020, dari <https://tirto.id/bikin-konser-atau-festival-musik-harus-punya-konsep-yang-kuat-edJK>

Tinderwetstudios.com. (2018, 1 November ). Is reverb really like shadow to light?. Diakses

pada 10 Desember 2019, dari <https://tinderwetstudios.com/reverb-is-like-shadow-or-is-it-really/>

Trevorcox.me. (2014, 10 Januari). Why does music sound better with reverb?. Diakses pada

10 Desember 2019, dari <http://trevorcox.me/why-does-music-sound-better-with-reverb>

#### Sumber Jurnal

Stafford, S. (2010). *Music in the Digital Age: The Emergence of Digital Music and Its Repercussions on the Music Industry.* The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, 1(2), pp. 112-120.

#### Sumber Tesis

Langham, Christina. (2018). *Finding the Gimmick: Identifying Brand Identities and Creative Marketing Strategies in the Brisbane Independent Music Market.* School of Communication Faculty of Creative Industries, Queensland University of Technology.

Stoichiță, A.Victor. (2013). **Enchanting spaces: echo and reverberation at Romanian popular parties.** Etnográfica [online]. 2013, vol.17, n.3, pp.581-603. ISSN 0873-6561.

