



## **Pengelolaan Orkestra Bertema Studio Ghibli: Meninjau Pengelolaan Seni dan Peluang Pemasaran dalam Rumah Orkestra Jogja**

**Saraswati Devi**

Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta,  
Jalan Suryodiningratan No.8, Yogyakarta 55143 – Indonesia  
*Correspondence Author Email: saraswdevi97@gmail.com*

### **ABSTRAK**

Komunitas orkestra yang berada di Kota Yogyakarta sudah cukup banyak ditemukan. Salah satunya adalah Rumah Orkestra Jogja (ROJ). Komunitas Rumah Orkestra Jogja merupakan wadah bagi anak-anak hingga dewasa yang ingin belajar musik. ROJ pernah berkolaborasi dengan komunitas-komunitas seni dari universitas yang berada di Kota Yogyakarta. Komunitas ini bertujuan melahirkan bibit-bibit musisi muda Yogyakarta. Rumah Orkestra Jogja mengadakan pertunjukan selama tiga bulan sekali dengan kapasitas yang berbeda-beda pula, demi meningkatkan kemampuan anggota-anggotanya. Dengan mengadakan pertunjukan bertemakan Studio Ghibli, Rumah Orkestra Jogja menjadi dikenal di banyak kalangan. Penelitian ini menjawab rumusan masalah bagaimana pengelolaan pertunjukan orkestra yang ada dalam komunitas ROJ ketika membawakan tema Studio Ghibli. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode ini menjadi metode utama dalam menulis dengan menyajikan data secara deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara dan pengumpulan dokumentasi dari beberapa fotografer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ROJ memiliki dampak adanya peluang bagi perkembangan pemasaran dalam sektor pertunjukan seni orkestra.

**Kata kunci:** orkestra, Rumah Orkestra Jogja, Studio Ghibli, strategi pemasaran

### ***On Managing Orchestra of Studio Ghibli: Analyzing the Art Governance And Potential Marketing Within Rumah Orkestra Jogja***

### **ABSTRACT**

*Orchestra communities in this city of Yogyakarta are very common. One of them is Rumah Orkestra Jogja (ROJ), which is an inclusive space for children and adults to those who want to learn classical music. The community has done many collaborations along with different art communities from varied universities scattered in this city. It also aims to teach young generation musicians of Yogyakarta by holding concerts every three months. The concert is also to scale up the music skills and their performance within the members of the ROJ. They have held a concert by bringing up the theme 'Studio Ghibli'. Because of this concert, ROJ has become quite popular and known as one of the prominent orchestra communities in this town. Hence, this paper expects to answer the research question on how the management of art performance within ROJ is established when holding a theme "Studio Ghibli". This research uses a qualitative approach as a main method in providing collected data descriptively. Techniques in collecting data used in this research is by interviewing and collecting any documentation (photos) from photographers who used to be responsible for the event. From this research, it shows that ROJ has a potential impact in developing marketing strategy in the art performance sector.*

**Keywords:** orchestra, Rumah Orkestra Jogja, Studio Ghibli, marketing strategy

## PENDAHULUAN

Musik sudah menjadi bagian dari dunia film dan animasi sejak lama. Musik orkestra juga sudah menjadi bagiannya (Lazarescu-Thois, 2018; Volpi, 2020). Musik orkestra zaman sekarang, disebut dengan orkestra pop atau orkes *combo*. Disebut demikian karena ditambah dengan instrumen *combo* atau *band* seperti drum, gitar elektrik, bass elektrik, dan piano elektrik atau *keyboard* (Prayoga et al., 2022; Yelli & Plastika, 2019). Zaman sekarang sudah mulai banyak bermunculan orkes *combo* dikarenakan musik dalam orkestra menjadi lebih hidup.

Rumah Orkestra Jogja menggunakan *combo* agar musik yang dimainkan lebih sampai ke penonton. Lagu-lagu yang disajikan dalam animasi-animasi Studio Ghibli yang dibawakan oleh Rumah Orkestra Jogja juga menjadi lebih hidup dan berwarna, sehingga penonton juga dapat merasakan getaran-getaran saat mendengarkannya. Musik dari animasi Studio Ghibli merupakan komposisi dari komposer Jepang bernama Joe Hisaishi yang juga merupakan seorang pianis dan konduktor. Musik-musiknya sangat indah dan mengalun-alun, ditambah dengan paduan suara dengan melodi yang epik menjadi pelengkap animasi dari Studio Ghibli.

Studio Ghibli merupakan studio untuk animasi Jepang yang dibuat oleh seorang animator dan sutradara (*directors*) Hayao Miyazaki dan Isao Takata, serta seorang produser Toshio Suzuki pada tahun 1985 (Bauer, 2025; Tempo.co, 2017). Studio Ghibli sangat terkenal dengan kualitas pembuatan animasi dan seninya yang tinggi. Kantor pusat Studio Ghibli berada di Tokyo. Animasi pertama dari Studio Ghibli adalah *Tenku no shiro Rapyuta (Castle in the Sky)* dibuat pada 2 Agustus 1986. *Castle in the Sky* menceritakan tentang petualangan Sheeta dan Pazu dalam mencari sebuah pulau yang telah lama hilang, yang katanya memiliki harta karun yang berlimpah. Setelah *Castle in the Sky*, beberapa animasi yang digemari oleh semua kalangan, sekarang mulai bermunculan. Animasi-animasi tersebut berjudul *Tonari no Totoro (My Neighbor Totoro)* yang dibuat pada tahun 1988, *Majo no Takkyubin (Kiki's Delivery)* yang dibuat tahun 1989, dan *Kurenai no Buta (Porco Rosso)* yang dibuat tahun 1992. Tahun 2001, muncul film yang terkenal dari Studio Ghibli, yaitu, *Chihiro no Kamikakushi (Spirited Away)*. Film tersebut memenangkan beberapa penghargaan setelah film tersebut rilis. Kemudian di tahun-tahun berikutnya rilis beberapa film seperti *Hauru no Ugoku Shiro (Howl's Moving Castle)* di tahun 2004, *Gake no ue no Ponyo (Ponyo)* di tahun 2008, *Kaze Tachinu (The Wind Rises)*, dan *Kaguyahime no Monogatari (The Tale of the Princess Kaguya)* di tahun 2013. Pada tahun 2001, Miyazaki membangun sebuah museum Ghibli yang buka di Mitaka, Jepang. Sebagai penarik perhatian publik, di dalam museumnya terdapat animasi orisinal dan film-film pendek dari Studio Ghibli.

Kota Yogyakarta mempunyai kemampuan dalam bidang budaya yang cukup untuk mengembangkan pembangunan pariwisata dan seni, dan daya tarik dalam seni pertunjukan. Seni pertunjukan bukan hanya sekadar peristiwa, tetapi juga merupakan aktivitas yang di dalamnya dapat dikomunikasikan kepada penonton atau orang-orang yang tertarik pada seni pertunjukan (Alhazmi, 2023). Banyak sekali antusiasme dari masyarakat, khususnya masyarakat kota Yogyakarta sendiri untuk menonton pertunjukan Rumah Orkestra Jogja bertemakan Studio Ghibli yang diadakan pada hari Jumat, 24 November 2023 bertempat di Performance Hall FBSB Universitas Negeri Yogyakarta. Pertunjukan ini menjadi kesempatan bagi Rumah Orkestra Jogja untuk mengangkat nama (*brand*) mereka di mata masyarakat. Dengan diadakannya pertunjukan ini, Rumah Orkestra Jogja juga mendapat banyak pujian karena telah mempunyai keberanian membuat pertunjukan bertemakan Studio Ghibli. Tulisan ini memberikan sudut pandang yang berbeda karena akan membahas musik dari Studio Ghibli yang dibawakan oleh kelompok orkestra Rumah Orkestra Jogja.

Studio Ghibli sangat terkenal sehingga mendorong Rumah Orkestra Jogja membuat tema Studio Ghibli dengan membawa lagu-lagu dari animasi-animasi Studio Ghibli. Tulisan ini meninjau pengelolaan pertunjukan seni yang diadakan Rumah Orkestra Jogja dengan mengangkat tema Studio Ghibli untuk pertunjukan orkestra. Beberapa penelitian terdahulu mengenai seni pertunjukan musik dalam mengangkat tema-tema tertentu telah dilakukan. Salah satunya oleh Assari (2021) dalam jurnalnya berjudul “Pengelolaan Pagelaran Mini Orkestra Gamelan “*Cross Pop Culture*””. Dalam karya tulis ini dijelaskan bahwa dengan adanya acara Jogja Cross Culture, menjadi langkah awal keberlanjutan program-program kebudayaan di Kota Yogyakarta. Yang paling dinantikan dari acara tersebut adalah *Historical Orchestra* dan *Cross Culture Performance*, yang menggabungkan musik karawitan, musik orkestra, paduan suara, dan tari khas keraton.

Penelitian terdahulu Rerefany (2015) yang berjudul “Peran dan Fungsi Musik Ilustrasi Karya Thomas Newman dalam Film *Wall-E* Produksi Walt Disney Tahun 2008”, menyatakan bahwa musik ilustrasi merupakan bagian dari sebuah pertunjukan film yang memiliki peran penting di dalam film tersebut. Rerefany (2015) melakukan penelitian ini karena ketertarikannya pada musik-musik ilustrasi yang terdapat di dalam film animasi. Apabila musik ilustrasi di dalam film digunakan sangat baik, maka akan berpengaruh penontonnya. Film *Wall-E* adalah salah satu film animasi yang menggunakan musik ilustrasi sebagai pengganti sebuah dialog dalam film. Thomas Newman selalu berusaha menciptakan sebuah komposisi untuk musik ilustrasi dengan cara yang baik. Musik ilustrasi tidak selalu diisi oleh orkestra besar, tetapi juga dapat diisi dengan musik dari kelompok kecil seperti kuartet atau kuintet.

Seperti yang kita ketahui, orkestra merupakan suatu kelompok pemain instrumen yang membentuk suatu harmoni yang indah. Menurut Knight (2006), orkestra adalah suatu kelompok yang terorganisasi oleh musisi yang menampilkan musik yang ditulis untuk setiap instrumennya atau sekelompok instrumen yang ada di dalam sebuah orkestra. Musik orkestra akan sangat bagus jika dimainkan secara keseluruhan oleh kelompok orkestra dengan kehendak sang komposer dan dipimpin oleh seorang konduktor.

Orkestra yang sering kita saksikan di atas panggung, melalui proses latihan yang panjang baik secara individu maupun kelompok. Seorang konduktorlah yang mengarahkan puluhan pemain untuk bermain secara bersamaan dan mengatur suara yang menjadi sebuah harmoni yang indah. Seorang konduktor akan mendengarkan suara-suara yang dihasilkan oleh masing-masing instrumen untuk dapat menunjukkan frasa dan artikulasi yang tepat. Konduktor juga dapat mengatur keseimbangan suara sesuai dengan alunan musik yang diinginkan. Gerak tubuh, suara, instrumen, ruang pertunjukan merupakan suatu jaringan besar yang membuat orkestra menjadi peristiwa sosial. Selama itu pula, individu mengalami *embodied experience* secara kolektif yang meliputi kemampuan mendengar dan memproduksi suara secara individu maupun kelompok (Fisandra & Danusiri, 2022).

Untuk definisi orkestra sendiri, belum ada definisi yang pasti seperti dalam Broder (1960). Menurut Harvard Dictionary of Music, orkestra adalah sebuah ensambel yang besar, berbeda dengan ensambel yang kecil yang disebut dengan *chamber music*. Orkestra biasanya mempunyai pemain lebih dari 60 orang atau lebih. Sedangkan untuk *chamber music* pemain instrumen hanya ada sedikit, yang paling umum yaitu duet (dimainkan dua orang), trio (dimainkan tiga orang), kuartet (dimainkan empat orang), atau kuintet (dimainkan lima orang). Terdapat dalam kamus bahasa Inggris Oxford, orkestra merupakan sebuah kelompok pemain musik instrumental yang terkoordinasi di sebuah teater, *concert hall*, dan sebagainya. Begitu juga dengan *chamber music*. Seperti yang sudah dijelaskan, orkestra terdiri dari instrumen yang memiliki senar atau instrumen gesek seperti biola, biola alto, *cello*, dan *double bass* atau yang kerap dikenal dengan *contrabass*. Instrumen tiup kayu seperti flute, oboe, klarinet, *bassoon*, horn, dan yang baru adalah saksofon. Kemudian instrumen tiup logam atau *brass* terdapat trombone, trumpet, dan tuba. Yang terakhir ada perkusi yang di dalamnya terdapat timpani, marimba, glockenspiel, vibraphone, xylophone, snare, chimes, simbal, dan triangle.

Orkestra zaman dahulu hanya dapat digunakan di gereja atau istana karena musik klasik zaman dahulu hanya untuk orang-orang dengan status menengah ke atas. Dalam Zaslav (1988), awalnya orkestra adalah tempat bagi penari dan aktor di Yunani Kuno dan Romawi Kuno tampil. Abad ke-16, untuk keperluan humanistik Perancis, bagian dari Teater Romawi Kuno dipesan oleh para senator, kemudian pada abad ke-17 dan seterusnya, semua tempat di teater, ruang untuk

pertunjukan, atau kadang-kadang di gereja sudah dipesan oleh para pemain instrumen, yang sekarang kita kenali sebagai orkestra. Orkestra pada abad ke-17 dan abad ke-18 disebut dengan The Baroque Orchestra (orkestra Barok) yang terdapat beberapa ciri seperti, alat musik gesek dari keluarga biola. Biola, biola alto, cello, dan *contrabass* biasanya digandakan atau pemainnya ditambah, tetapi tidak sama rata.

Orkestra simfoni muncul di Indonesia pertama kali pada tahun 1950 di RRI Jakarta dengan nama Orkes Radio dan Orkes Studio yang kemudian nama dari kedua orkes tersebut digabung menjadi Orkes Simfoni Jakarta (OSJ). Orkes simfoni merupakan sebuah habitus yang telah berlangsung di Indonesia yang selama perjalanannya diwarnai dengan perubahan terhadap kondisi yang memengaruhi serta pemain orkestra yang ada di dalamnya. Transformasi di bidang seni musik, sangat berpengaruh terhadap bertambahnya kelas menengah yang siap berperan dalam musik orkestra (Susilo et al., 2014).

Faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam bidang seni Kolhede & Gomez-Arias (2017) mengatakan bahwa ada dua faktor sosial yang memengaruhi konsumen seni. Yang pertama, melibatkan dampak sosial dari perkembangan awal seseorang, termasuk pendidikan seni formal dan dukungan dari anggota keluarga. Hal tersebut juga mencakup seberapa konsumen seni dipengaruhi oleh beberapa kelompok. Sosialisasi yang baik dalam bidang seni membawa peluang untuk mengalami rangsangan intelektual dan emosional yang memicu keinginan berkelanjutan untuk menghadiri acara-acara yang berbau seni. Yang kedua, adalah mengetahui anggota kelompok dari sebuah kelompok dan pengaruh eksternal lainnya terhadap keputusan konsumen seni untuk membeli sebuah seni (seperti album musik misalnya). Menurut Kolhede dan Gomez-Arias (2017: 37-38), terdapat enam faktor yang memengaruhi konsumen dalam bidang seni, (1) *Personal motivators*, (2) *Distribution/Convenience motivators*, (3) *Economic motivators*, (4) *Promotion motivators*, (5) *Product motivators*, (6) *Social motivators*.

Tidak hanya karena musik dan visual, kemampuan penguasaan pemain orkestra sangat diperlukan karena daya tarik utama sebenarnya dari musik adalah suara yang dihasilkan. Keindahan yang dihasilkan berasal dari kemampuan teknik permainan pemain orkestra yang sangat baik dan benar (Fu'adi, 2009). Seorang seniman lebih mempergunakan teknik seni yang baku untuk menuangkan berbagai gagasan nilai seninya.

## **METODE**

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif naratif yang merupakan penyelidikan terhadap kehidupan individu dan meminta satu atau beberapa individu untuk menceritakan tentang kehidupan mereka. Informasi yang telah didapat, kemudian dirangkai kembali oleh peneliti

dalam kronologi naratif, yang pada akhirnya narasi ini menggabungkan pandangan dari narasumber dan peneliti (Creswell, 2014). Penelitian kualitatif dimulai dengan sebuah asumsi peneliti dan sebuah pandangan yang luas. Penelitian naratif dapat menjadi metode dan studi fenomena yang terjadi. Dimulai dari sejarah, kehidupan dan cerita yang didapat oleh seorang individu tertentu. Tentu peneliti juga harus menganalisis dari apa yang sudah didapat melalui wawancara dan observasi (Creswell, 2007).

Metode kualitatif dapat membantu peneliti dalam mengidentifikasi subjek dan merasakan apa yang dirasakan oleh subjek dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian kualitatif juga memiliki beberapa pendekatan. Metode penelitian kualitatif juga dapat ditafsirkan sebagai penelitian yang lebih fokus kepada peninjauan dari kasus sosial. Kualitatif juga dapat diartikan dengan mendeskripsikan kasus dengan cara naratif (Malahati et al., 2023). Penelitian kualitatif diartikan bahwa peneliti mengenali subjek yang akan diteliti dan merasakan apa saja yang dialami oleh subjek. Tujuan penelitian kualitatif adalah memahami suatu konteks yang mengarah ke deskripsi tentang kondisi subjek seperti apa yang terjadi di lapangan langsung (Fadli, 2021).

Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, serta melampirkan dokumentasi dalam penelitian yang dilakukan. Observasi merupakan pengamatan terhadap suatu peristiwa yang terjadi dalam Rumah Orkestra Jogja, dan wawancara merupakan suatu kegiatan peneliti untuk menanyai berbagai narasumber yang dikehendaki. Penelitian ini melakukan wawancara dengan Iwan Setianjaya (Iwan) selaku Pendiri dan Direksi Rumah Orkestra Jogja, Habibi Rahman (Habibi) selaku Pendiri, Pelatih, dan Konduktor dalam Rumah Orkestra Jogja, Petrus Artanto Bimo Sakti (Bimo) selaku Pelatih dan *Music Director* Rumah Orkestra Jogja, Raihan Aziz (Raihan) selaku *Marketing Manager* Rumah Orkestra Jogja, serta Aryasatya Rafa (Rafa) selaku *Creative Director* dalam Rumah Orkestra Jogja. Masih banyak orang-orang yang berpartisipasi dalam kepanitiaan Rumah Orkestra Jogja dalam pertunjukannya yang bertema Studio Ghibli, tetapi dalam penelitian ini hanya mengambil beberapa saja yang perannya cukup penting dalam pertunjukan tersebut. Dokumentasi juga penulis gunakan sebagai pendukung hasil penelitian. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dapat berupa foto atau rekaman suara (Waruwu, 2023).

Rumah Orkestra Jogja merupakan sebuah wadah atau sarana belajar musik dengan konsep orkestra yang berbasis komunitas. Rumah Orkestra Jogja didirikan pada 1 Januari 2022 oleh Iwan Setianjaya dan Habibi Rahman. Rumah Orkestra Jogja memfokuskan diri untuk mencetak bibit-bibit muda pelaku seni pertunjukan yang mengedepankan nilai-nilai kepemimpinan dan profesionalisme dalam bermusik di kota Yogyakarta (Riatmoko & Kusworo, 2024). Rumah Orkestra Jogja dapat dikatakan sebagai salah satu pelopor pembelajaran musik orkestra dengan

*campaign* #OrkestraMasukSekolah dan #SupportMusisiMudaJogja yang bertujuan melahirkan mental bermusik anak hingga remaja yang berkompeten dapat bersaing hingga skala nasional. Saat ini Rumah Orkestra Jogja memiliki lebih dari 50 anggota aktif yang dimulai dari jenjang sekolah dasar hingga perguruan tinggi.

Dalam perjalanan terbentuknya, Rumah Orkestra Jogja membangun relasi dan pernah berkolaborasi dengan beberapa komunitas musik dan instansi pendidikan, di antaranya adalah Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY), Universitas Gadjah Mada (UGM), Sekolah Menengah Musik (SMM), komunitas Jogja Student Orchestra (JSO), komunitas Bayu Madhuswara Wind Orchestra (BMWOW), komunitas Delicia Orchestra (Surakarta), Magelang Youth Orchestra (Magelang), dan orkestra-orkestra lain dalam sebuah sajian seni pertunjukan. Saat ini eksistensi Rumah Orkestra Jogja sudah mulai dikenal di kalangan pelajar maupun masyarakat Yogyakarta secara umum. Rumah Orkestra Jogja diharapkan dapat menjadi wadah dan tempat untuk belajar musik bagi semua kalangan, khususnya masyarakat Kota Yogyakarta yang tidak terpaut oleh umur. Bahwa musik dapat dipelajari bersama-sama untuk ditampilkan bersama dalam bentuk pertunjukan musik secara langsung (*live orchestra*).

## PEMBAHASAN

Akhir tahun 2023, Rumah Orkestra Jogja memilih tema pertunjukan Studio Ghibli karena tim Rumah Orkestra Jogja melakukan riset dan upaya untuk pengembangan kualitas (*upgrading skill*) dan kompetensi komunitas melalui beberapa repertoar/lagu yang terdapat dalam animasi Studio Ghibli, yang dianggap dapat mewakili pada tingkat level berikutnya bagi para anggota Rumah Orkestra Jogja. Konsep yang ditawarkan pada setiap komposisi orkestrasi dalam karya lagu-lagu animasi Studio Ghibli, dirasa memiliki tingkat kesulitan yang cukup menantang dan di level menengah ke atas. Bentuk konstruksi lagu yang merepresentasikan karya semi-simfoni klasik membuat tim Rumah Orkestra Jogja akhirnya memilih tema yang terkandung di dalam lagu-lagu dari animasi Studio Ghibli.

Setiap tahunnya, Rumah Orkestra Jogja memiliki rangkaian beberapa program pertunjukan/konser yang selalu digelar pada setiap triwulan hasil pembelajaran terdiri dari bulan Maret, Juni, Oktober, dan November atau Desember. Rangkaian pertunjukan yang digelar Rumah Orkestra Jogja memiliki beberapa pembeda di antara setiap pertunjukannya. Biasanya, awal tahun selalu dimulai dari program pertunjukan dengan kapasitas kecil hingga ditutup akhir tahun dengan pertunjukan kapasitas besar. Urutan yang dilakukan pada skema pertunjukannya dapat diperjelas dengan urutan *Intimate Concert* (dengan kapasitas 150 penonton), *Mini Concert* (dengan kapasitas 350 penonton), *Tribute Concert*

(dengan kapasitas 500 penonton), dan *Grand Concert* (dengan kapasitas 800-1500 penonton).

### 1. Persiapan Sebelum Pertunjukan Dimulai

Hal yang pertama dilakukan adalah melakukan observasi lagu, mendengarkan lagu-lagunya, dan presentasi karya dengan tim *Musical Development* yang terdiri dari *conductor*, *associate conductor*, *music director*, dan *arranger* guna membuat sketsa untuk aransemen lagu yang nantinya akan dibuat ulang dengan melibatkan beberapa teknik permainan dalam instrumen maupun melodi yang dapat dilibatkan dalam konstruksi susunan pada partitur orkestra. Pada tahapan ini, Iwan mengatakan bahwa dalam tahapan ini, tim Rumah Orkestra Jogja cukup kritis untuk meletakkan pembeda pada tingkatan-tingkatan kesulitan di setiap lagu yang disampaikan kepada *music director* dan *arranger* untuk meningkatkan kemampuan anggota komunitasnya. Setelah rangkaian komposisi lagu pertunjukan selesai dipresentasikan dan dievaluasi, tahap berikutnya saatnya untuk tim *management development* bekerja sesuai tugas pokok dan fungsi dalam skema hierarki yang terdapat di dalam komunitas Rumah Orkestra Jogja.

Raihan, selaku *marketing manager* mengatakan bahwa sejak awal Rumah Orkestra Jogja memilih tema Studio Ghibli karena Raihan melihat animasi tersebut sudah memiliki segmentasi pasar, terutama di kalangan pecinta anime dan Gen Z oleh karena itu, strategi pemasaran yang diterapkan difokuskan kepada kampanye melalui media sosial, terutama platform *TikTok* dan *Instagram*. Tim Rumah Orkestra Jogja sudah memperkirakan respons yang tinggi namun sambutan yang diterima ternyata melebihi ekspektasi awal. Kurangnya antisipasi terhadap tingginya antusiasme yang melebihi perkiraan disebabkan oleh sistem pemesanan tiket yang masih dilakukan secara manual melalui pesan WhatsApp. Hal ini menyebabkan tim Rumah Orkestra Jogja terlupa melakukan pengecekan ulang, sehingga tiket *early bird* terjual lebih dari 100 lembar sebelum terdata secara optimal. Permasalahan sistem pemesanan tiket ini menjadi evaluasi bagi tim Rumah Orkestra Jogja supaya pada kegiatan ke depannya dapat mempersiapkan dan mengembangkan sistem untuk pemesanan tiket yang lebih tertata.

Rencana penetapan harga dan keputusan harga dilakukan oleh Rumah Orkestra Jogja dengan melakukan riset pasar dan studi penonton dengan proses pendistribusian kuesioner untuk para responden dalam memberikan masukan dan evaluasi untuk Rumah Orkestra Jogja yang kemudian akan diolah kembali agar mendapatkan target harga pasar yang sesuai. Raihan menjelaskan bahwa pada awalnya strategi penetapan harga difokuskan untuk menutup biaya operasional sekaligus menarik minat sebanyak mungkin calon penonton. Harga tiket awal yang ditawarkan tergolong cukup terjangkau untuk ukuran pertunjukan orkestra. Rumah Orkestra Jogja merancang skema penjualan tiket bertahap, yaitu *early bird*, dua

tahap *presale*, dan tiket reguler apabila kuota pada tahap sebelumnya belum habis terjual. Pada tahap *early bird*, tiket dijual seharga Rp50.000,-. Namun, melihat tingginya antusiasme penonton, Rumah Orkestra Jogja kemudian memutuskan untuk menaikkan harga tiket pada tahap *presale satu* menjadi Rp75.000,- dan *presale dua* menjadi Rp85.000,-. Meskipun demikian, harga tersebut masih tergolong sangat terjangkau untuk jenis pertunjukan yang ditawarkan.

Selama mempersiapkan pertunjukan, seorang *creative director*, Rafa, menjelaskan bahwa yang perlu disiapkan adalah yang berkaitan dengan publikasi dan citra publik (*branding*). Namun, dengan keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM), *creative director* berperan juga dalam membangun konsep untuk pertunjukan, seperti tujuan kegiatan, sasaran kegiatan, proyeksi tema hingga tahun selanjutnya, pemilihan nama, pemilihan tema dan lagu, serta dekorasi. Rafa menjelaskan dalam membangun citra publik adalah mengetahui sasaran dari sebuah konten. Saat itu, sasarannya berfokus kepada masyarakat muda yang rentan terkena tren takut tertinggal atau *Fear of Missing Out (FOMO)*, sehingga publikasi diarahkan pada platform *TikTok* dan juga penulisan iklan (*copywriting*) ditekankan pada aspek nonformal supaya dekat dengan sasaran audiens.

Hal lain yang juga penting untuk dipersiapkan sebelum latihan dan pertunjukan adalah partitur. Diperlukan tenaga untuk mempersiapkan partitur seperti partisi dan juga tempat latihan karena kedua hal tersebut sangat penting demi kenyamanan pemain saat berlatih. Berperan sebagai *music director*, hal yang dilakukan oleh Bimo adalah membuat daftar lagu apa saja yang akan dimainkan, membuat aransemennya, menyusun jadwal acara (*rundown*) dengan tim kreatif, dan memastikan semua yang berhubungan dengan musikal tidak terdapat kendala apapun.

Proses penciptaan kepanitiaan untuk pertunjukan ini adalah pengelolaan pertunjukan (*show management*). Pihak Rumah Orkestra Jogja memiliki tim lepas (*casual team/freelancer*) dan tim internal (*in-house team*) yang teruji di setiap bidangnya sehingga secara tidak langsung telah memiliki kepengurusan inti dan bayangan yang terdaftar di dalam kelembagaannya. Untuk mengatasi keterbatasan jumlah anggota dalam pengembangan manajemen (*management development*) pada setiap pagelaran pertunjukan, pihak Rumah Orkestra Jogja umumnya membuka kesempatan untuk kepanitiaan terbuka dalam bentuk relawan pendukung acara (*supporter volunteer event*) sesuai kebutuhan pertunjukan yang sedang diadakan. Kekurangan yang sering terjadi biasanya terdapat pada bidang area, logistik, dan petugas lapangan (*runner*). Proses pengelolaan pada dasarnya sudah dimiliki oleh sketsa dalam kerja tim Rumah Orkestra Jogja. Akan tetapi setiap bidang pasti memiliki pihak otoritas tertinggi sebagai pihak yang berwenang memberikan instruksi dan arahan.

Kendala yang dihadapi sebelum hari pelaksanaan pertunjukan adalah pada saat memulai proses latihan, karena Rumah Orkestra Jogja bersifat komunitas. Setiap anggota yang terlibat pasti memiliki kesibukannya masing-masing sehingga jadwal tidak dapat dibuat sama. Hal ini menyebabkan panitia cukup kewalahan untuk mengadakan latihan. Seorang konduktor, Habibi, mengatakan bahwa yang menjadi kendala adalah karena mayoritas anggota Rumah Orkestra Jogja adalah anak-anak, jadi hal itu membuat Habibi kesulitan untuk membuat suasana latihan gabungan yang kondusif dan bagaimana mengatur anak-anak karena perlakuan yang berbeda dengan mahasiswa atau orang dewasa yang ikut bergabung. Berbeda dengan Bimo, kendala yang dihadapi selama melatih anak-anak dari Rumah Orkestra Jogja itu adalah setiap latihan, anggota yang hadir tidak selalu lengkap sehingga terdapat beberapa anak yang kesulitan untuk mengikuti lagu-lagu yang dilatih sebelumnya dan mengatur suasana hati (*mood*) saat berlatih.



Gambar 1: Foto bersama saat latihan.  
Sumber: Dokumentasi Ega Aria, 2023.

## 2. Hari Pertunjukan Berlangsung

Jumat, 24 November 2023 merupakan hari-H (hari pelaksanaan) pertunjukan Rumah Orkestra Jogja yang bertemakan Studio Ghibli. Pada pagi hari, para panitia hingga pemain-pemain orkestra berkumpul di Performance Hall FBSB UNY Yogyakarta untuk menjalankan pengecekan suara (*soundcheck*) dan gladi bersih demi kelancaran pertunjukan. Selama berlangsungnya pengecekan suara, per-kelompok instrumen akan memainkan tangga nada sesuai kehendak konduktor atau *concert master/principal* masing-masing instrumen. Pengecekan suara berfungsi untuk menyeimbangkan suara instrumen yang keluar melalui monitor yang menghadap penonton agar penonton dapat mendengarkan suara yang dihasilkan orkestra dengan baik dan indah. Setelah pengecekan suara, tiba saatnya gladi bersih. Gladi bersih merupakan suatu hal yang pemain lakukan seperti simulasi pertunjukan tetapi ada beberapa bagian tidak diikuti, seperti sambutan-sambutan. Setelah gladi bersih selesai, para pemain mempersiapkan diri dengan mengganti busana sesuai ketentuan panitia serta menggunakan riasan yang mendukung keselarasan visual dan estetika penampilan. Selama acara berlangsung, disampaikan sambutan oleh Iwan. Setelah sesi sambutan selesai, pertunjukan

dimulai dengan penampilan dari Himasik String UNY (Gambar 2) yang membawakan dua lagu, yaitu *Heartbroken Kiki* dari *Kiki's Delivery Service* dan *Nausicaa Requiem* dari *Nausicaa of the Valley of the Wind*.

Selesai penampilan dari Himasik String UNY, tibalah saatnya untuk orkestra Rumah Orkestra Jogja menuju panggung untuk unjuk diri (Gambar 3). Lagu-lagu yang dimainkan oleh orkestra Rumah Orkestra Jogja antara lain: *Overture*, *The Battle Between Mehve and Corvette*, *Merry Go Round*, *A Journey*, *A Town with Ocean View*, *One Summer Day*, *Path of the Wind*, *Reprise*, *The Legend of Ashitaka*, *The Bird Man*, *Carrying You*, *Ponyo*, *My Neighbor Totoro*, *Encore: My Neighbor Totoro*. Melalui wawancara, konduktor pertunjukan yaitu Habibi, membagikan kesan dan perasaannya saat memimpin orkestra,

“Ketika konduktor masuk terus disambut tepuk tangan penonton itu membuat saya ingin memberikan yang terbaik, tetapi bagian paling deg-degan buat saya adalah ketika sudah berdiri di depan pemain dan siap-siap mengangkat baton untuk memulai repertoar pertama, Satu hal yang selalu saya tanamkan dalam mindset pertunjukan saya bahwa opening atau lagu pembuka sangat riskan karena akan mempengaruhi mood penonton untuk menyaksikan seluruh penampilan yang akan dipertunjukkan, dan ketika lagu pertama atau opening dapat dimainkan dengan sangat baik maka perasaan lega yang muncul untuk repertoar atau lagu-lagu selanjutnya akan lebih enjoy, ketika saya sudah di depan, memimpin orkestra maka yang saya lakukan hanya menikmati musik yang dimainkan oleh teman-teman saya, karena berdiri disitu adalah tempat terbaik mendengarkan bunyi yang dihasilkan teman-teman saya.” (wawancara, Habibi, 2023).

Dalam pertunjukan, yang menyanyikan lagu *Ponyo* adalah Shanum, siswa kelas 1 sekolah dasar yang juga tampil dengan kelompok tari anak-anak bernama Sparkle Kids, dan juga berkolaborasi dengan paduan suara Universitas Atma Jaya (Gambar 4, 5, 6, dan 7). Di sela-sela pertunjukan, terdapat sesi pembagian *door prize* (Gambar 8) untuk penonton dengan menggunakan kostum (*cosplay*) yang sangat totalitas seperti *cosplay* menjadi salah satu tokoh animasi Studio Ghibli bernama Kaonashi dari animasi *Spirited Away* yang dikenal ikonik berwarna hitam dari kepala hingga kaki ditambah dengan topengnya yang khas. Sebelum memainkan lagu terakhir, diadakan pemberian bunga sebagai tanda terima kasih kepada pihak yang telah menyukseskan pertunjukan Rumah Orkestra Jogja (Gambar 9). Setelah pemberian bunga, *encore* dimainkan. Untuk *encore* memainkan *My Neighbor Totoro*, yang saat sudah selesai memainkannya, diadakan sesi foto bersama para pemain orkestra Rumah Orkestra Jogja.



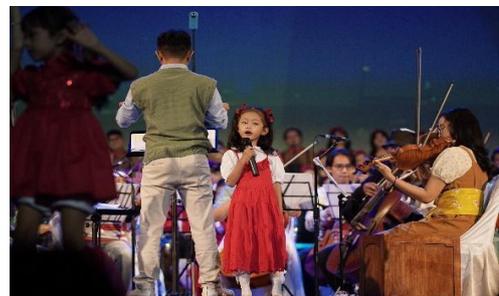
Gambar 2: Penampilan Himasik String UNY.  
Sumber: Dokumentasi Arka Amaral, 2023.



Gambar 3: Penampilan Rumah Orkestra Jogja.  
Sumber: Dokumentasi Arka Amaral, 2023.



Gambar 4: Pertunjukan dengan kolaborator.  
Sumber: Dokumentasi Arka Amaral, 2023.



Gambar 5: Shanum, penyanyi lagu *Ponyo*.  
Sumber: Dokumentasi Ega Aria, 2023.



Gambar 6: Paduan Suara Universitas Atma Jaya Yogyakarta.  
Sumber: Dokumentasi Arka Amaral, 2023.



Gambar 7: Sparkle Kids, penari lagu *Ponyo*.  
Sumber: Dokumentasi Arka Amaral, 2023.



Gambar 8: Penyerahan *door prize* kepada *cosplayer* Kaonashi.  
Sumber: Dokumentasi Ega Aria, 2023.



Gambar 9: Tim di balik layar ROJ, *Saga From Our Childhood: Ghibli Chapter*.  
Sumber: Dokumentasi Ega Aria, 2023.

### 3. Setelah Pertunjukan

Pertunjukan berlangsung dengan baik dan lancar, pemain dan para kolaborator pun ikut senang saat pertunjukan yang diberikan kepada penonton berjalan lancar dan tidak ada kendala apapun. Ungkapan senang karena pertunjukan sudah berlangsung baik dan lancar oleh Bimo selaku *music director* yang mengatakan, “*Jujurly senang banget dan terharu karena penampilannya nggak tanggung-tanggung dan kualitas sound out-nya juga bagus banget.*” (wawancara, Bimo, 2023). Peran Bimo di dalam Rumah Orkestra Jogja kurang mendapat perhatian karena Bimo lebih sering bekerja di belakang layar. *Music director* merupakan profesi yang mempunyai tugas untuk mengatur artistik musik dan merancang notasi pada partitur menjadi sebuah pertunjukan atau yang biasa disebut dengan mengaransemen lagu dan transkrip musik ke notasi balok (Laksmi, 2023).



Gambar 10: Foto bersama pemain orkestra di akhir pertunjukan.  
Sumber: Dokumentasi Ega Aria, 2023

Setelah pertunjukan selesai, perasaan bangga juga terjadi kepada Raihan, seseorang yang bertanggung jawab dalam bagian pemasaran. Raihan mengatakan sangat banyak penonton yang merekam hasil dari pertunjukan Rumah Orkestra Jogja untuk mengabadikan momen-momen indah di akun pribadi masing-masing penonton, sehingga jangkauan Rumah Orkestra Jogja di media sosial semakin luas dan Rumah Orkestra Jogja sering kali berada pada laman rekomendasi (*For Your Page/FYP*) di *TikTok*. Rumah Orkestra Jogja tentu saja memanfaatkan hal tersebut dengan meminta kepada penonton yang akan mengunggah momen tersebut dengan mencantumkan tanda pagar (*hashtag*) seperti #RumahOrkestraJogja dan #GhibliJogja serta meminta agar akun resmi Rumah Orkestra Jogja dicantumkan/ditandai (*tag*) dalam unggahan, sehingga pihak Rumah Orkestra Jogja dapat membagikan ulang (*repost*) unggahan tersebut melalui akun resminya. Hal ini dilakukan untuk memanfaatkan tren takut tertinggal atau *Fear of Missing Out* (FOMO) dari calon penonton yang tidak mendapatkan tiket. Rumah

Orkestra Jogja baru menyadari bahwa pertunjukan mereka telah menjadi hal yang fenomenal di media sosial.

Menurut Iwan, dampak yang terjadi setelah Rumah Orkestra mengadakan pertunjukan orkestra bertemakan Studio Ghibli adalah:

1. Mendapat banyak masukan dan pengetahuan yang belum diketahui selama ini.
2. Meningkatkan kemampuan permainan dalam orkestra.
3. Pengaruh dalam bidang pariwisata beberapa pihak di sekitar gedung pertunjukan diuntungkan dengan melonjaknya tamu dari luar kota yang menginap. Terutama terbentuknya *multiple-effect* yang saling berkaitan antarpariwisata seperti hotel, ojek *online*, dan jasa transportasi sekitar.
4. Pengaruh dalam bidang budaya, Rumah Orkestra Jogja melahirkan aset baru berbentuk lagu-lagu karya OST. Studio Ghibli yang dimainkan oleh musisi muda Yogyakarta yang sebelumnya pernah ada. Sehingga hal tersebut jelas menambah jumlah aset bank lagu yang dimiliki dan ditimbulkan di dalam ekosistem permusikan Yogyakarta.
5. Pengaruh dalam bidang ekonomi secara langsung, Rumah Orkestra Jogja memberikan kesempatan masyarakat sekitar untuk tetap bisa terlibat dalam upaya pengelolaan lahan parkir dan pemberdayaan UMKM sekitar berupa stan makanan.
6. Pengaruh dalam bidang pendidikan secara umum, Rumah Orkestra Jogja ikut serta meramaikan dan memberikan terobosan baru dalam segi bentuk keberadaan kelompok musik orkestra nonakademisi yang dapat ikut terlibat dalam kegiatan aktivitas edukasi bermusik di kalangan anak hingga remaja di Yogyakarta.

Ada pun evaluasi dari *manager marketing*, Raihan mengatakan bahwa dalam perspektif pemasaran, Rumah Orkestra Jogja kurang menduga akan besarnya antusiasme pada pertunjukan yang bertemakan Studio Ghibli ini. Sistem pemesanan tiket (*ticketing*) dan penentuan harga masih berada di pemikiran (*mindset*) bahwa pertunjukan ini hanya untuk orang-orang tertentu saja. Pemasaran merupakan proses yang ada di dalam individu maupun kelompok yang mendapatkan apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan dan menawarkan suatu produk atau karya yang mempunyai nilai dengan orang lain, sehingga kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen (Asmoro, 2016). Seharusnya *mindset* yang digunakan oleh Rumah Orkestra Jogja adalah *mindset* pertunjukan nasional di mana seluruh kalangan se-Indonesia akan berani datang ke Jogja untuk menonton pertunjukan orkestra Rumah Orkestra Jogja. Rumah Orkestra Jogja harus berani menggunakan sistem *ticketing* yang cepat diproses dan mudah dipahami oleh calon penontonnya.

Harapan dari Rafa, membangun citra dan mendorong pengikut yang ada untuk menyebarluaskan pertunjukan selanjutnya. Dengan harapan para pengikut

tidak sekadar mengikuti atau menonton hanya karena pertunjukan bertemakan Studio Ghibli, melainkan tema-tema selanjutnya masih dapat diikuti dengan antusias yang sama. Sebuah pertunjukan musik adalah salah satu aktivitas yang sudah disukai oleh kebanyakan masyarakat, khususnya masyarakat Yogyakarta. Kualitas pertunjukan harus memberikan kepuasan kepada para penontonnya, demikian pula dengan kualitas komunitas. Strategi pengembangan dan pemasaran dalam komunitas sangat penting untuk dilakukan agar dapat menentukan masa depan komunitas dalam jangka panjang. Kesuksesan komunitas sangat berpaut pada manajemen yang ada di dalam komunitas (Laksana & Hazmi, 2022). Tidak hanya di tahun ini saja, Rumah Orkestra Jogja akan membawa keseluruhan rangkaian tema pertunjukan dengan judul OST. Studio Ghibli dalam wacana tur pertunjukan/konser ke beberapa kota seperti Semarang, Surakarta, dan Bandung. Hal ini merupakan upaya dari Rumah Orkestra Jogja untuk memperlihatkan kepada masyarakat luas bahwa musisi muda Yogyakarta juga siap bersaing dengan musisi kota-kota besar lainnya.

## KESIMPULAN

Penelitian ini terdapat beberapa kekuatan dan kelemahan dari Rumah Orkestra Jogja. Kekuatan Rumah Orkestra Jogja ialah, mampu untuk mengadakan sebuah pertunjukan yang besar sehingga dikenal oleh banyak orang. Kemudian, Rumah Orkestra Jogja juga dapat menjadi wadah bagi anak-anak hingga orang dewasa belajar musik dengan tujuan menjadi pemain dalam orkestra skala besar juga. Kepengurusan pada Rumah Orkestra Jogja juga sudah teratur, dari pembagian peran hingga *job desc* masing-masing panitia. Kelemahan dalam Rumah Orkestra Jogja yaitu kurangnya SDM sehingga terdapat panitia yang mempunyai tanggung jawab lebih dari satu atau keluar dari peran yang diberikan. Kemudian Rumah Orkestra Jogja masih belum berani untuk memikirkan akan sebanyak apa penonton yang datang untuk menonton pertunjukannya, belum berani untuk memikirkan tempat dengan kapasitas yang lebih besar, dan belum berani untuk memasang harga yang lebih dari *pricing strategies* mereka.

Saran untuk Rumah Orkestra Jogja, mungkin harus lebih berani dalam mengambil keputusan dan lebih percaya diri bahwa akan ada banyak penonton yang datang. Dengan demikian, Rumah Orkestra Jogja akan lebih dikenal banyak orang dan orang akan selalu mencari tahu apa itu Rumah Orkestra Jogja sehingga peminatnya juga akan menjadi lebih banyak. Diharapkan Rumah Orkestra Jogja selalu konsisten dengan apa yang dikerjakan sekarang.

## KEPUSTAKAAN

Alhazmi, A. H. (2023). Analisis tata kelola seni pertunjukan di Taman Budaya Yogyakarta. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 9(1), 26–46.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/jtks.v9i1.8380>
- Asmoro, G. D. (2016). Strategi pemasaran pertunjukan Jakarta Simfonia Orchestra. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 2(2), 7–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/jtks.v2i2.1819>
- Assari, D. W. (2021). *Pengelolaan pergelaran mini orkestra gamelan “cross pop culture”* [Institut Seni Indonesia Yogyakarta].
- Bauer, P. (2025). Studio Ghibli: Japanese film studio. In *Encyclopedia Britannica* (p. 1). Britannica. <https://www.britannica.com/money/Studio-Ghibli>
- Broder, N. (1960). The beginnings of the orchestra. *Journal of the American Musicological Society*, 13(1–3), 174–180. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/830253>
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches, 2nd edition*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications Ltd.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika-Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/doi:10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fisandra, H. B., & Danusiri, A. (2022). Orkestra sebagai peristiwa mediasi: Jakarta City Philharmonic, tubuh dan materialitas. *Resital Jurnal Seni Pertunjukan*, 23(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/resital.v23i1.6162>
- Fu’adi. (2009). Mengenal lebih dekat musik orkestra. *Harmonia: Journal of Arts Research and Education*, 9(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/harmonia.v9i2.643>
- Knight, D. B. (2006). Geographies of the orchestra. *GeoJournal*, 65(1), 33–53. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1007/s10708-006-0011-3>
- Kolhede, E., & Gomez-Arias, J. T. (2017). Distinctions between frequent performing arts consumers: Implications for segmentation and positioning. *International Journal of Arts Management*, 20(1).
- Laksana, H. A. D., & Hazmi, F. Al. (2022). Strategi pengembangan organisasi pertunjukan musik klasik Jakarta City Philharmonic (JCP) menggunakan analisis SWOT. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 8(2), 105–121. <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/jtks.v8i2.6359>
- Laksmi, A. S. (2023). Peran direktur musik dalam symphony orchestra dan light music orchestra kelompok orkestra di Yogyakarta. *EKSPRESI: Indonesian Art Journal*, 12(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/ekp.v12i1.10648>
- Lazarescu-Thois, L. (2018). From sync to surround: Walt Disney and its contribution to the aesthetics of music in animation. *The New Soundtrack*, 8(1), 61–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.3366/sound.2018.0117>
- Malahati, F., B. Ultavia, A., Jannati, P., Qathrunnada, & Shaleh. (2023). Kualitatif: Memahami karakteristik penelitian sebagai metodologi. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 341–348. <https://doi.org/https://doi.org/10.46368/jpd.v11i2.902>
- Prayoga, M. R. D., Barnawi, E., & Pamungkas, B. (2022). Orkes gambus himpunan remaja karya di Canggü, Batu Brak, Lampung Barat. *Journal of Music*

- Science, Technology, and Industry*, 5(2), 257–275.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31091/jomsti.v5i2.2136>
- Rerefany, D. (2015). *Peran dan fungsi musik ilustrasi karya thomas newman dalam film animasi Wall-E produksi Walt Disney tahun 2008*. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Riatmoko, F. I., & Kusworo, D. (2024). *Regenerasi melalui orkestra musik film animasi Ghibli*. Kompas.Id.  
<https://www.kompas.id/baca/foto/2024/03/10/regenerasi-musisi-melalui-pentas-orkestra-musik-film-animasi-ghibli>
- Susilo, E. Y., Haryono, T., & Ganap, V. (2014). Orkes simfoni dalam perspektif habitus Bourdieu. *Kawistara Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 87–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/kawistara.5235>
- Tempo.co. (2017). *Dunia fantasi Ghibli*. Tempo.  
[https://www.tempo.co/teroka/dunia-fantasi-ghibli-899918?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.tempo.co/teroka/dunia-fantasi-ghibli-899918?utm_source=chatgpt.com)
- Volpi, L. (2020). *From Fantasia to Fidelio: Classical music and animation*. Bachtrack.Com. <https://bachtrack.com/feature-classical-music-and-animation-disney-fantasia-80-anniversary-november-2020>
- Waruwu, M. (2023). Metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (mixed method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.6187>
- Yelli, N., & Plastika, Y. (2019). Alat musik dalam kesenian orkesan jidur kabupaten Ogan Komering Ilir Sumatera Selatan. *Sitakara-Jurnal Pendidikan Seni & Seni Budaya*, 4(1), 5–17.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31851/sitakara.v4i1.2563>
- Zaslaw, N. (1988). When is an orchestra not an orchestra? *Early Music*, 16(4), 483–495. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/earlyj/XVI.4.483>