

STRATEGI PUBLIC RELATION MANAGEMEN GRUP MUSIK BASEJAM DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF DI ERA MILENIAL

Ichsan Widi Utomo¹, Christopher Yudha Erlangga², Azwar Munanjar³
^{1,2,3} Program Studi Penyiaran
Universitas Bina Sarana Informatika Fakultas Komunikasi dan Bahasa
Jl. Kayu Jati V No.2, RT.9/RW.5, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta
Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220
e-mail: ichsan.iwu@bsi.ac.id, christoper2709@bsi.ac.id, azwar.azw@bsi.ac.id

Submitted: 8 April 2020

Accepted: 22 Mei 2020

Published: 30 Juni 2020

Website: <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/jike>

Abstract

This research is a research conducted with a descriptive study of Public Relations Strategies. The Public Relations Strategy can be used in Music Group management. The author conducts research with meticulous objects namely music groups from Indonesia namely Basejam. Music groups that have existed since 1995 carried out several public relations strategies to build a positive image in the millennial era. With qualitative research methods, the authors conducted in-depth observation interviews. The results of this study are evident from several existing public relations strategies in the management of Basejam music group that are able to build a positive image in the millennial era.

Keywords : *Public Relation Strategy, Image, Milenial*

Abstrak

Penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan dengan studi deskriptif mengenai Strategi Public Relation. Seperti yang kita ketahui Strategi Public Relation bisa pula digunakan dalam manajemen sebuah Grup Musik. Penulis melakukan penelitian dengan objek teliti yaitu sebuah grup musik asal Indonesia yaitu Basejam. Grup music yang sudah ada sejak tahun 1995 melakukan beberapa strategi public relation untuk membangun citra positif di era milenial. Dengan metode penelitian kualitatif, penulis melakukan wawancara observasi dengan mendalam. Hasil penelitian ini terbukti dari beberapa strategi public relation yang ada bahwa manajemen grup music Basejam mampu membangun citra positif di era milenial.

Kata Kunci: *Strategi public relation, citra, milenial*

A. PENDAHULUAN

Dunia Industri musik mengalami berbagai kemajuan, terbukti tiap tahunnya banyak bermunculan musisi baru yang mewarnai blantika musik Indonesia. Ajang pencarian bakat juga membantu dalam melahirkan musisi tanah air yang baru. Terlepas dari kemajuan musik di Indonesia, ada beberapa kekurangan dan kelebihan dari selera pasar musik Indonesia. musik yang disajikan sangat beragam dan bersegmentasi. Indonesia sempat mengalami beberapa *trendsetter* dalam selera penikmat musik. Mulai dari POP, Rock, RnB, Metal, SKA, Mandarin Song, Reggae, Melayu dan K-Pop. Banyak musisi bermunculan namun hanya beberapa yang masih bertahan dengan alirannya.

Pada saat era tahun 1990 sampai 2000, indikasi sebuah keberhasilan musisi adalah dari penjualan Album music melalui Label dan nama masuk dalam Tangga lagu yang di buat oleh pihak Label, Radio, dan Televisi. Semakin banyak Album yang terjual semakin sukses musisi tersebut jika mengukur dalam nominal uang. Tak banyak musisi yang masih memegang teguh aliran musiknya tanpa memperhatikan selera pasar. Dikarenakan selera pasar pendengar musik di Indonesia bisa dikatakan sangat Musiman. Semua mengikuti *trendsetter* yang digiring melalu Record Label dan Media Massa. Hal ini menjadikan musik di Indonesia penuh dengan persaingan.

Pada tahun 2000 sampai sekarang pendengar musik kini lebih beragam, mulai dari usia anak sampai dewasa. Setiap Musisi memiliki Pasar pendengar yang lebih Heterogen. Penulis mempunyai asumsi tentang bagaimana selera musik di Indonesia menjadi konsumsi segala Usia. Dengan berkurangnya penggunaan alat pemutar Kaset atau Radio Tape yang kini digantikan dengan Musik berbentuk Digital yaitu data yang bisa di putar pada player dengan cara download. Maka penulis berasumsi bahwa musik Indonesia kini lebih mudah didapatkan bahkan secara gratis. Hal ini menjadi polemik dalam industri musik di Indonesia, di satu sisi menjadi sebuah kemudahan, di satu sisi menjadi sebuah kerugian bagi pihak Label dan musisi itu sendiri karena pada saat sebelumnya, musisi menghadapi masalah dimana adanya pembajakan yang terjadi di hampir semua jenis musik. Bahkan, Film juga masuk dalam pembajakan karya.

Grup musik di Indonesia adalah salah satu industri musik yang memiliki pangsa pasar yang luas. Banyak grup music yang mengusung aliran beragam, namun berbeda dengan

musisi solo atau penyanyi, grup musik dalam format Band lebih banyak penggemar dikarenakan dari segi musikalitas dan keragaman lagu serta aliran. Banyak grup musik berformat Band bertahan dari tahun 1990 sampai saat ini 2020, tetapi banyak juga yang mengalami kegagalan hingga bubar. Format band sangat diminati kalangan muda karena ada pemain music seperti gitar, bass, drum dan keyboard. Perpaduan penyanyi dan pemain musik memberikan nuansa dinamis dalam sebuah music. Selain itu, pemain musik juga mempunyai penggemar tersendiri di lihat dari cara memainkan alat musik

Grup musik berformat band yang akan penulis teliti adalah grup music Basejam. Group Musik yang sudah hadir di industri music Indonesia sejak tahun 1995. Basejam adalah grup band yang terbentuk pada 15 Januari 1994. Formasi awal mereka adalah Adon Saptowo pada Vocal, Sigit Wardhana pada Vocal, Adnil Faisal pada gitar, Ardi aris Isnandar pada Gitar, Bambang Sutanto pada Drum, Intan Putri Werdiniadi pada Keyboard dan Ardhini Citrasari pada Bass.

Nama Base Jam sendiri mulai resmi dipakai pada tanggal 15 Januari 1994. Kata Base diambil dari inisial nama kedelapan personel sedang 'Jam' bisa berarti Jasa Marga atau juga Jam Session. Base Jam vacuum untuk beberapa tahun lamanya, Adon Saptowo sibuk dengan solo karier untuk album rohaninya, Ardhi "Aris" Isnandar sibuk dengan kuliah, dan personel masing-masing dengan urusan pribadinya, maka pada tahun 2010 mereka Base Jam mulai menyatukan tekad kembali dan bangkit kembali dari mati suri.

Mereka menamakan diri The New Base Jam di mana personelnya adalah Adon Saptowo pada vokal, Alvin Kurniawan pada vokal ,Ardhini "Sita" Citrasari (Bass),Ardi "Aris" Isnandar (Gitar),Oni Fathoni (Gitar), dan Echa Soemantri (drum). Pada tahun 2010 "New Base Jam" mengeluarkan Singlanya yang berjudul *Aku berbeda, Sayang,Percayalah* dan satu lagu berjudul *Doamu Ibu* sebagai kompilasi soundtrack film layar lebar Indonesia Negeri 5 Menara.

Pada tahun 2015, Base Jam merayakan 21 tahun berkaryanya Base Jam. Dan ini ditandai dengan munculnya album baru mereka yaitu *Base Jam Reunion 21 Tahun*. Kesempatan ini menjadi kembalinya Base Jam setelah 12 tahun tidak meluncurkan album baru sejak album *Dua Sisi* yang dirilis tahun 2003 silam. Album ini kembali didistribusikan oleh label lama mereka, Musica Studio's. (wikipedia.org, 2020)

Mundurinya Adon Saptowo sebagai vokalis Base Jam tidak membuat band pop era 90-an ini mati langkah. Personel tersisa; Sita (bass), Oni (gitar), Alvin (vokal) dan Aris (gitar) terus melangkah dan tetap eksis. posisi kosong yang ditinggalkan Adon kini diisi oleh mantan vokalis mereka, Sigit Wardana. Vokalis yang sempat henggang pada 2006 untuk bersolo karier ini akan menjadi tandem Alvin. Selain itu, Base Jam juga menambahkan seorang drummer perempuan ke dalam formasi mereka. Dia adalah Jeane Phialsa, drummer Erwin Gutawa Orchestra, yang sudah menjadi drummer *additional* Base Jam untuk kebutuhan panggung sejak empat tahun lalu. “Permainan drum-nya yang udah pasti bagus banget, komunikasi dan becanda kami juga nyambung. Dan pastinya Base Jam perlu 'darah muda' kayak Alsa - sapaannya - supaya tetap fresh,” ungkap Oni.

Kini, dengan formasi Sita (bass), Aris (gitar), Oni (gitar), Alvin (vokal), Sigit (vokal), dan Alsa (drum), Base Jam langsung tancap gas dengan menyiapkan lagu baru dan sebuah buku untuk menandai 25 tahun eksistensi mereka di industri musik Tanah Air. Keduanya akan dirilis tahun ini. (Indozone, 2019)

Sejak bergabungnya Alsa dalam grup Basejam, kini music dari grup basejam sangat berwarna dengan sentuhan music yang lebih baru. Hal ini sangat disarankan dan dibenarkan dalam sebuah strategi Public Relation dalam membuat citra yang baru di era milenial. Penulis tertarik untuk meneliti grup musik Basejam dikarenakan group musik ini sudah berdiri sejak tahun 1995 dimana jika terhitung sampai tahun 2020 sudah termasuk band yang melintasi dua generasi. Maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana cara manajemen grup Basejam dalam membangun citra positif di era milenial? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi apa yang digunakan oleh manajemen Group Musik Basejam dalam membangun citra positif di era milenial?

B. METODE

Pendekatan yang dipilih pada penelitian ini, yaitu studi deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami subjek yang diteliti misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dengan cara deskripsi (Moleong, 2017). Peneliti berusaha untuk menyusun kajian tentang bagaimana strategi public relation yang dilakukan oleh manajemen group musik Basejam dalam membangun citra positif bagi

grup music yang sudah berdiri sekitar 26 tahun tersebut.

Penelitian ini dilakukan di Jakarta Timur. Sedangkan waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari studi pendahuluan yang dilakukan pada bulan Desember 2019- Januari 2020. Subjek dari penelitian ini adalah Managemen Group Musik Basejam dan pihak-pihak yang berkepentingan di dalamnya. Adapun pihak-pihak yang berkepentingan di dalamnya adalah Manager Group Basejam Ardi Aris Isnandar yang merangkap sebagai Gitaris Basejam. Adapun pemilihan Ardi Aris Isnandar sebagai objek penelitian dipilih berdasarkan posisi Ardi Aris Isnandar sebagai personel yang sudah ada dari awal sampai sekarang dan beliau sangat concern dalam permasalahan managemen dari Basejam. Objek dari penelitian ini adalah strategi Public Relation managemen group music Basejam dalam membuat citra yang baru di era milenial.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk mengetahui strategi public relation apa yang digunakan oleh managemen grup music Basejam dalam meningkatkan citra positif, mencari tahu bagaimana tanggapan dari para Personil dan penikmat musik Basejam tentang dampak dari startegi *public relation* yang telah diterapkan. Informan untuk wawancara adalah Ardi Aris Isnandar selaku manager Basejam. Observasi dilakukan untuk mengoptimalkan kebenaran data yang telah didapat dari hasil wawancara. Adapun kegiatan yang diamati adalah aktivitas harian dari akun social media dan penampilan saat live di acara *off-air*. Sedangkan dokumentasi merupakan kelengkapan dari penelitian, meliputi: pendokumentasian data yang relevan dengan focus penelitian, seperti foto dan video yang di unggah di social media Basejam.

Dalam penelitian ini, Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Spradley dalam (Emzir, 2010), adapun proses analisis data menurut model ini dapat sebagai dijelaskan berikut: Analisis domain merupakan langkah pertama dalam penelitian kualitatif. Langkah selanjutnya adalah analisis taksonomi yang aktifitasnya adalah mencari bagaimana domain yang dipilih itu dijabarkan menjadi lebih rinci. Selanjutnya analisis kompenensial aktifitasnya adalah mencari perbedaan yang spesifik setiap rincian yang dihasilkan dari analisis taksonomi. Yang terakhir adalah analisis tema, yang aktifitasnya adalah mencari hubungan diantara domain, dan bagaimana hubungannya dengan keseluruhan, selanjutnya dirumuskan dalam suatu tema atau judul

penelitian.

Dalam penelitian ini, metode pengujian keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya melalui data yang lainnya yang tersedia. Disini jawaban subjek akan dicocokkan melalui dokumen yang tersedia (Moleong, 2017), dalam penelitian ini model triangulasi yang digunakan adalah: triangulasi data dan triangulasi member check.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Grup musik yang bertahan sejak era 1990 sampai 2020 sekarang pasti membutuhkan sebuah manajemen grup yang solid dan manajemen citra yang baik agar selalu di terima oleh khalayak. Grup musik yang berdiri sejak tahun 1995 ini sudah beberapa mengalami pasang- surut di dunia musik Indonesia. pergantian personil dalam grup Basejam sudah berkali kali dilakukan, namun grup musik Basejam masih bisa bertahan sampai sekarang dalam industri Musik Indonesia. Hal ini tidak lepas dari peran manajemen yang baik dalam membina grup musik ini. Penulis melihat adanya beberapa yang sesuai dengan strategi public relation yang dilakukan oleh manajemen grup musik Basejam dalam membangun citra positif di era milenial.

Era milenial sangatlah membutuhkan beberapa perubahan baru yang akan membuat sebuah organisasi bertahan dan menunjukkan eksistensi. Penulis menyamakan organisasi dan grup music dikarenakan hal yang dilakukan sama dengan organisasi mulai dari pendanaan, jadwal, hingga menjaga reputasi.

Ada berbagai macam strategi yang bisa digunakan maka penulis akan merincikan paparan strategi public relation yang digunakan dalam Grup Musik Basejam.

Strategi public relation atau yang lebih dikenal dengan bauran menurut Ruslan (Nova, 2009): dapat dipaparkan beberapa oleh manajemen Basejam sebagai berikut:

- a) Publications. Setiap fungsi dan tugas public relation adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi.

Tim dari manajemen Grup Musik Basejam menggunakan social media yang telah dibuat agar menjadi sarana menjalin komunikasi dengan penggemar serta menjadi sumber informasi. Manajemen Basejam selalu mengupload hal yang

berhubungan dengan kegiatan Basejam mulai dari foto dan video. Personil band basejam pun selalu mengupload hal yang berkaitan dengan basejam di akun social media pribadi tiap personil. Jika di lihat dari cara ini basejam sudah melakukan hal yang tepat jika dilakukan di era milenial. Khalayak milenial saat ini menggunakan social media dalam mengekspresikan kegiatannya, dengan menggunakan social media juga menjadi cara interaksi langsung dalam media baru di era sekarang.

“kami menggunakan social media untuk interaksi langsung dengan Basejam Freinds, dari situ kita bisa melihat interaksi dan respon dari follower kita.”

Menurut Ardi Aris Isnandar – Manager dan Gitaris Basejam.

Basejam Freinds adalah sebutan bagi pendengar dan penikmat musik Basejam.

- b) Kegiatan. Merancang sebuah Kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekatkan diri ke publik dan lebih jauh lagi dapat mempengaruhi opini publik.

Dalam merancang sebuah kegiatan Managemmen Basejam selalu memperhatikan keterampilan dan kegiatan yang sangat baik untuk kelangsungan Grup Musik Basejam. Kegiatan yang dilakukan Basejam diantara lain adalah mengikuti beberapa kegiatan Konser musik yang dalam skala besar. Basejam selalu mendapat panggung dan perhatian dimata penggemar yang sejak dari awal bahkan penggemar baru. Penulis melakukan observasi lapangan saat jadwal pertunjukan Basejam berlangsung. Saat acara Tahun Baru di daerah Sentul Jawa Barat. Waktu itu memang acara yang berlangsung bertepatan pesta Tahun baru 2019 ke 2020, Basejam mendapat sambutan meriah dari penonton yang rata – rata adalah pendengar Basejam pada era tahun 1990. Namun dalam acara tersebut ada penonton yang datang dengan usia tergolong muda dan dikategorikan dalam usia milenial. Penulis menemukan beberapa penonton milenial yang sengaja datang dan penulis meminta waktu untuk sedikit wawancara dan memberi pertanyaan dengan hasil sebagai berikut salah satu kutipan wawancara dengan pendengar Basejam.

“Kita memang khusus menginap di Sentul untuk menonton Basejam sekalian menghabiskan liburan Tahun baru. Saya pribadi sih suka Basejam sejak Alvin masuk ke Basejam.” Riana penggemar Basejam.

Dari kutipan wawancara tersebut Penulis menyimpulkan bahwa strategi dengan

sering manajemen basejam membuat acara dan ikut dalam sebuah acara. Maka penggemar milenial akan terus bertambah.

- c) News (Menciptakan Berita). Berupaya menciptakan berita melalui press release, news letter, bulletin, dan lain-lain. Untuk itulah seorang public relation harus mempunyai kemampuan menulis dan menciptakan publisitas.

Menciptakan berita memang salah satu tugas yang bisa dilakukan oleh Public Relation. Basejam dengan manajemen membuat berita dengan strategi yang sangat baik dengan memberitakan informasi terbaru lewat media massa yang mempunyai cakupan yang luas. Seperti yang dilakukan manajemen Basejam dengan adanya pemberitaan yang baik maka citra positif terbentuk. Basejam yang dulu pernah sempat berhenti membuat album musik dan hampir saja diisukan bubar, kini lebih kooperatif secara manajemen public relation dengan tambill sebuah kanal berita yang populer yang banyak khalayak mengakses.

Single Baru Berjudul 'Jalan Kita Berbeda', Ini Liriknya

Senin, 2 Desember 2019 15:48 WIB



Liked by [lukmanharrison](#) and 175 others

[basejamofficial](#) Kuy membaca :)

<https://www.tribunnews.com/seleb/2019/12/02/hadir-dengan-formasi-baru-base-jam-rilis-single-baru-berjudul-jalan-kita-berbeda-ini-liriknya>

(Tribunnews, 2019)

Dengan adanya pemberitaan ini di web www.tribunnews.com maka secara promosi dan reputasi sangat baik dan menguntungkan. Melihat pengakses situs berita tersebut terbilang sangat tinggi.

- d) Community Involvement (Kepedulian Pada Komunitas). Keterlibatan tugas sehari-hari seorang public relation adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik (community relation dan

humanity relation) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakili.

Strategi Public Relation selanjutnya adalah menjaga hubungan baik dengan Khalayak. Dalam kaitan ini Basejam berhasil membuat relasi yang baik dengan penggemar Basejam. Hal ini di kemukakan oleh Ardhini Citrasari yang biasa di Sebut Sita yaitu salah satu Personil Basejam sebagai Bass Player. Di sela menunggu jadwal tampil penulis melakukan wawancara dengan Penulis Sita dan mengungkapkan Bahwa :

“Tadi kita dikunjungi sama temen Trackjam, Trackjam itu adalah Fans kami dari tahun 1998 mereka, jadi udah bareng-bareng dan sekarang dia sendiri sudah punya 3 anak, dia datang dengan suami dan anaknya, namanya Rahmi khusus dating mau ketemu kita.”

Kutipan wawancara tersebut sudah mewakili dari strategi Public Relation yaitu membangun Komunitas. Basejam sendiri membagi penggemar mereka menjadi 2 yaitu Trackjam dan Basejam Friend. Adapun penjelasan dari Track dan Basejam Friend dikemukakan oleh Manager Basejam dan Gitaris Basejam, Ardi Aris Isnandar sebagai berikut :

“ Jadi Trackjam itu adalah Fans Basejam yang Die Hard untuk Basejam biasanya mereka sudah mendengar Basejam sejak tahun 1997an, Tapi Basejam Friend’s adalah pendengar dan penikmay music Basejam.”

Pemamaparan tersebut adalah salah satu strategi Basejam dalam membagi penggemar dengan segmentasi yang berbeda. Hal ini akan menjadi sebuah kebanggaan jika seseorang bisa menjadi Trackjam karena mereka akan merasa eksklusif sebagai penggemar Basejam. Dan hal ini mampu diaplikasikan dengan baik dan berhasil .

Dalam implementasi strategi Public Relation, sebuah organisasi atau sebuah manajemen harus pula memperhatikan citra sebuah brand yang akan dipublikasikan. Basejam bertahan dan tetap ada sampai saat ini berkat cara merawat citra dengan baik dan melakukan beberapa cara agar citra tetap terjaga. Mengingat beberapa waktu yang lalu Basejam sempat vakum di Industri musik Indonesia dan sempat berganti personil.

Maka tugas manajemen dalam merawat citra dan membentuk citra positif haruslah dijalankan. Adapun penulis menemukan bahwa beberapa proses membangun citra grup musik Basejam salah satunya citra yang harus dibentuk menurut Wasesa dan Macnamara dalam strategi PR (Agung Wasesa, 2005) adalah Dog yang Pada tahap ini tidak mudah dalam pembentukan citra perusahaan karena perusahaan berada pada posisi di mana baik pangsa pasar maupun pertumbuhan pasarnya berada pada titik terendah. Pada tahap ini, citra harus mampu mengawal manajemen dalam melakukan revitalisasi usaha. Merek-merek harus dilahirkan kembali sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini.

Citra yang dibangun oleh Basejam untuk terus ada dan menambah penggemar milenial adalah merekrut Jeane Phialsa yang dulu additional Player Drummer yang sudah 4 Tahun bergabung dengan Basejam kini menjadi personil Tetap dari Basejam.



(Basejamofficial, 2020)

Perekrutan Jaene Phialsa atau Alsa adalah salah satu cara manajemen membuat penyegaran baru dalam membangun citra Basejam yang sempat vakum. Alsa merupakan Personil Termuda dari Basejam dan bisa dikategorikan sebagai generasi Milenial. Hal ini sangat baik demi menjaga Reputasi Basajam dan membangun Citra Positif agar music Basejam bisa diterima oleh khalayak Milenial. Selain permainan drum Alsa yang memukau, Alsha pun selalu aktif dalam bermedia Sosial. Hal ini mampu merepresentasikan Basejam di khalayak Milenial dan membantu pembentukan Citra Positif Basejam yang disukai Generasi Milenial. Dengan jumlah Follower Instagram yang mencapai 72K atau Tujuh puluh dua ribu pengikut akun Instagram @jeanephialsa membuktikan bahwa kini Basejam bisa membangun citra Positif yang baik.

D. SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini penulis menyimpulkan bahwa

- Strategi Public Relation yang digunakan manajemen Basejam mampu membangun citra positif bagi penggemar baru dan lama yang dikategorikan menjadi Trackjam dan Basejam Friend's
- Pemberitaan yang baik melalui media massa yang mempunyai reputasi baik mampu memberikan citra positif bagi Grup Musik Basejam
- Mengikuti dan membuat acara demi menjaga eksistensi Grup Musik Basejam berhasil menjaring generasi Milenial untuk menikmati dan mendengarkan Musik Basejam
- Merekrut anggota baru seperti Jeane Phialsa sebagai Drummer sangat tepat karena Jeane Phialsa masuk dalam kategori Milenial dengan follower instagram yang banyak yaitu 72.000 pengikut di akun Pribadi @Jeanephialsa mampu meraih minat pendengar baru untuk menikmati dan menjadi penggemar Basejam yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Basejamofficial. (2020). *Basejamofficial Instagram*.
<https://www.instagram.com/p/B8fMWpk18J3/>
- Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*. Rajawali Pers.
- Indozone. (2019). *Ditinggal Adon, Base Jam Pulangkan Sigit dan Rekrut Drumer Baru*.
<https://www.indozone.id/music/yBsD50/ditinggal-adon-base-jam-pulangkan-sigit-dan-rekrut-drumer-baru>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. In *PT. Remaja Rosda Karya*.
- Nova, F. (2009). *Crisis Public relation*. Grasindo.
- Silih, Agung Wasesa. (2005). *Strategi Public Relations*. Gramedia Pustaka Utama.
- Tribunnews. (2019). *Hadir Dengan Formasi Baru, Base Jam Rilis Single Baru Berjudul Jalan Kita Berbeda Ini Liriknya* melalui
<https://www.tribunnews.com/seleb/2019/12/02/hadir-dengan-formasi-baru-base-jam-rilis-single-baru-berjudul-jalan-kita-berbeda-ini-liriknya>
- wikipedia.org. (2020). *Base Jam*. www.Wikipedia.Org.
https://id.wikipedia.org/wiki/Base_Jam