

SKRIPSI
TAHAP PELAKSANAAN PROGRAM KOMUNIKASI
PEMASARAN BAND INDIE REVERIE ASAL
SURABAYA DALAM MEMPROMOSIKAN
EXTENDED PLAY (EP) BERTAJUK “S.H.A.T.I.V”



DISUSUN OLEH
OTNIEL ALEXANDER KRISANDRA
170906360

PRGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Otniel Alexander Krisandra

NPM : 170906360

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Tahap pelaksanaan komunikasi pemasaran band pop punk Reverie asal Surabaya dalam mempromosikan extended play (EP)
Bertajuk “S.H.A.T.I.V”

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil penelitian saya sendiri dan benar-benar saya kerjakan sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiarisme atau mencuri hasil karya milik orang lain untuk kepentingan pribadi. Walaupun di dalam skripsi ini terdapat kutipan yang merupakan karya orang lain tetapi peneliti selalu menuliskan sumber dari kutipan tersebut, sehingga tidak termasuk dalam jenis tindakan plagiarisme. Adapun jika dikemudian hari terdapat ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan yang saya sampaikan, maka saya bersedia diproses oleh Universitas untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi berupa pembatalan kelulusan atau pencabutan gelar sarjana. Pernyataan ini saya buat secara sadar dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 7 Desember 2020

Saya yang menyatakan,



Otniel Alexander Krisandra

HALAMAN PERSETUJUAN

TAHAP PELAKSANAAN PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN BAND INDIE
REVERIE ASAL SURABAYA DALAM MEMPROMOSIKAN *EXTENDED PLAY* (EP)
BERTAJUK “S.H.A.T.I.V”

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar S.I.Kom pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya

Yogyakarta

disusun oleh :

OTNIEL ALEXANDER KRISANDRA

170906360 / KOM

disetujui oleh :


Ina Nur Ratriyana, SIP, M.A

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Tahap Pelaksanaan Program Komunikasi Pemasaran Band Pop Punk REVERIE asal Surabaya dalam mempromosikan extended play (EP) Bertajuk S.H.A.T.I.V

Penyusun : Otniel Alexander Krisandra

NPM : 170906360

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Rabu, 19 Januari 2022

Pukul : 13.00

Tempat : Dalam Jaringan (Daring) Menggunakan Zoom Meeting

TIM PENGUJI

G. Arum Yudarwati, S.I.P., M.Mktg. Comm., Ph.D

Penguji Utama

Ina Nur Ratriyana, S.I.P., M.A.

Penguji I

Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom.

Penguji II

Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

Ibu dan Bapak

Sahabat dan Saudara

Calon pendamping masa depan

Teman-teman Reverie Band Surabaya

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

MOTTO

*Hidup adalah sebuah kanvas kosong,
Yang dapat digambar tanpa penghapus*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkah yang telah penulis peroleh dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Proses Komunikasi Pemasaran Program Hot Room Metro TV Melalui Periklanan Tahap pelaksanaan komunikasi pemasaran band pop punk Reverie asal Surabaya dalam mempromosikan extended play (EP) Bertajuk “S.H.A.T.I.V” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Segala proses yang telah peneliti lalui dalam menyelesaikan tugas akhir ini tentunya dipengaruhi oleh orang-orang yang berada disekitar peneliti dan peristiwa yang peneliti lalui sejak memasuki dunia perkuliahan. Pada bagian ini, peneliti ingin mencerahkan ungkapan persembahan dan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berjasa dalam hidup peneliti dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, rahmat dan mukjizat-Nya. Terima kasih karena selalu diberikan kekuatan dalam proses penyelesaian tugas akhir dan membentuk pribadi peneliti menjadi lebih baik lagi. Terima kasih atas segala rencana indah Mu.
2. *The one and only*, Mama. Terima kasih karena telah melahirkan dan merawat peneliti dengan baik. Terima kasih karena selalu ada, mendukung peneliti dan mengajarkan segala hal seperti bersikap sabar, baik dan rendah hati. Semoga Mama selalu dalam naungan kasih Tuhan Yesus Kristus dan semoga kami anak-anakmu dapat membahagiakanmu. Yakinilah waktu kita yang banyak kubuang pasti akan kami bayar ulang.
3. Bapak, Yang ti, Kakung, Mas Kito, Mas Reno, Mbak Merry, Ve yang selalu memberi pengertian dan dukungan yang luar biasa selama proses penggerjaan tugas akhir ini.
4. Ibu Ina Nur Ratriyana, SIP, M.A selaku dosen pembimbing peneliti. Terima kasih karena telah membimbing dan membantu peneliti dengan baik dalam menyelesaikan tugas akhir.

5. Seluruh personil Reverie yaitu Alwan Hilal, Yanuar Arizal, Boy Prasetya dan Prima Panji yang turut dengan ikhlas membantu peneliti sebagai narasumber dalam penelitian ini. Tetap jangan menyerah untuk berkarya dan semakin berkembang di masa yang akan datang.
6. Onggo, Wagim, Andhika Tum, Ojik, Dheva, Sofi, Thoriq, Dean, Ateng, Indah, Suryo, Arlan , Ripat, Hawin sebagai sahabat saya yang selalu menggojloki demi membangun mental peneliti untuk mengerjakan tugas akhir ini. Love You All, sukses selalu.
7. Sahabat Rungkut Oscar, Kupang, Danny, Grace, Hilal, Bintang, Eric, Iqbal, Nanta, Mas Jerry, Bogang, Jemblung, Alm. Bagus Mbek, Debby, Boy, Kotrek yang turut mengganggu iman saya untuk mengerjakan skripsi demi nongkrong dan bermain mobile legend. Akan tetapi, sisi support dan terus memberikan semangat akan terus peneliti kenang. Terimakasih, ayo “cangkruk” waktu balik rumah.
8. Sobat perjuangan di kampus Atma Jaya, Agita, Yohana, Sinta, Rissa, Vania, Yohana, Mifta, Mikael, Chintya, Icha, Berto, Yosua, Caroline dan semuanya (banyak banget). Terimakasih udah mau meneman peneliti dan mengerjakan skripsi bareng. Terimakasih juga untuk selalu mendorong peneliti untuk terus berkembang di masa-masa kuliah, semoga kita sukses selalu dan akan dipertemukan kembali.
9. Terimakasih untuk Junita, Kempol, Dewa yang terus memberi saya demotivasi agar tidak mengerjakan skripsi saya. Tapi maaf, iman saya sangat kuat. Saya tidak lupa akan semua support kalian dan saya sangat berterimakasih dan mencintai kalian.
10. Ayudea Ristya Kusuma, selaku pacar dan calon pendamping masa depan. Terimakasih sudah menemaniku 24/7 hingga saat ini. Terimakasih sudah mau mendengarkan seluruh keluh kesahku, permasalahanku dan sebagainya. Terimakasih sudah selalu menyelamatkanku disaat aku tenggelam, selalu membantuku disetiap saat, semoga Tuhan akan mempersatukan kita diesok hari.
11. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having*

no days off, I wanna thank me for, for never quitting , I wanna thank me for always being a giver, And tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.

OTNIEL ALEXANDER KRISANDRA

170906360 / KOM

Tahap Pelaksanaan Program Komunikasi Pemasaran Band Pop

Punk REVERIE Asal Surabaya Dalam Mempromosikan

Extended Play (EP) Bertajuk S.H.A.T.I.V

S.H.A.T.I.V

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang tahap pelaksanaan program komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Reverie untuk mempromosikan debut *extended play* mereka yang berjudul “S.H.A.T.I.V”. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk Mengetahui bagaimana Tahap pelaksanaan komunikasi pemasaran band pop punk Reverie asal Surabaya dalam mempromosikan extended play (EP) Bertajuk “S.H.A.T.I.V”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif studi kasus. Data dalam penelitian ini peneliti peroleh dari wawancara dengan para personil band Reverie itu sendiri yaitu Alwan Hilal selaku *founder & lead guitarist* dan Prima Panji selaku *co-founder & drummer*. Tidak hanya bersumber dari wawancara, peneliti juga menemukan berbagai data melalui *desktop research*.

Hasil yang ditemukan peneliti adalah band indie Reverie melakukan program komunikasi pemasaran untuk mempromosikan *extended play* perdana mereka yang berjudul “S.H.A.T.I.V”. Program komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Reverie berupa tahap perencanaan, tahap implementasi hingga tahap evaluasi. Dalam melakukan perencanaan, penentuan segmentasi potensial juga menjadi hal yang penting bagi Reverie untuk mententukan target audiens dan metode seperti apa yang akan diterapkan. Dalam tahapan eksekusi, Reverie menerapkan beberapa bauran promosi seperti *internet marketing, advertising, personal selling, sales promotion* hingga *publisitas*. Tahapan terakhir yang dilakukan Reverie adalah evaluasi dengan cara membandingkan ekspektasi hasil yang telah ditentukan sebelumnya dengan realita hasil beserta mengamati berbagai respon konsumen mengenai produk mereka.

Kata kunci: **Program komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran, Reverie**

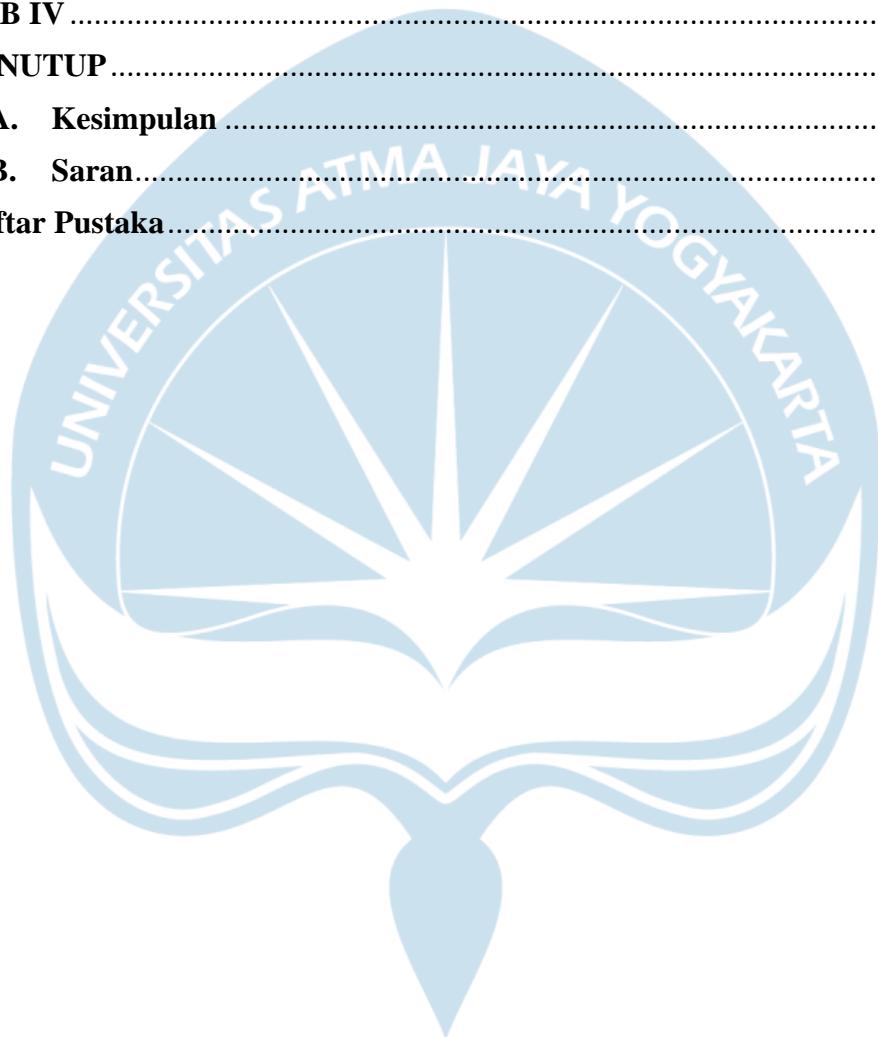
DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian.....	17
D. Manfaat Penelitian.....	17
E. Kerangka Teori.....	18
1. Komunikasi Pemasaran.....	18
1.1. Komunikasi Pemasaran.....	18
a. Perubahan pengetahuan (<i>knowledge changes</i>)	20
b. Perubahan sikap (attitude changes)	20
c. Perubahan Perilaku (behaviour changes)	20
1.1.1. Tahap perencanaan	21
a. Pengkajian kembali perencanaan komunikasi pemasaran sebelumnya	22
b. Perencanaan komunikasi pemasaran dan pengembangan	22
c. Persiapan dan pengembangan media promosi.....	23
d. Eksekusi media komunikasi pemasaran	23

e. Monitoring dan analisis situasi	24
f. Respon konsumen.....	24
1.1.2. Tahap Implementasi/Eksekusi.....	24
1.1.3. Tahap Evaluasi	25
2. Segmentasi pasar potensial	25
3. Bauran Promosi dalam komunikasi pemasaran.....	28
a. Periklanan (<i>advertising</i>)	29
b. Pemasaran langsung (<i>direct marketing</i>).....	29
c. Penjualan pribadi (<i>personal selling</i>)	30
d. Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>)	31
e. Hubungan Masyarakat/publisitas (<i>Publicity/public relation</i>).....	31
f. Pemasaran Internet (<i>internet marketing</i>)	33
F. Kerangka Konsep	34
G. Metodologi Penelitian	37
1. Metode penelitian.....	37
2. Jenis penelitian.....	38
3. Subjek penelitian dan objek penelitian	38
a. Subjek penelitian.....	38
b. Objek penelitian.....	39
4. Teknik pengumpulan data	39
a. Wawancara	39
b. Dokumentasi.....	40
5. Sumber Data	40
a. Sumber data primer.....	40
b. Sumber data sekunder	41
6. Teknik analisis data	41
a. Reduksi data	41
b. Penyajian data.....	42
c. Penarikan kesimpulan	42
7. Validasi data.....	42
BAB II	44
DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN.....	44
A. Gambaran Umum Reverie	44
1. Sejarah Reverie.....	44

2. Profil band Reverie	46
3. Logo Band	47
4. Visi dan Misi	47
B. Gambaran umum Extended Play (EP) “S.H.A.T.I.V”	48
BAB III.....	50
TEMUAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	50
A. Temuan Data.....	50
1. komunikasi pemasaran Reverie.....	51
1.1. Tahap Perencanaan	51
1.1.1. Pengkajian perencanaan pemasaran sebelumnya	51
a. Memahami perencanaan dan hasil yang dicapai/ingin dicapai	51
b. Mengatur kegiatan promosi	52
c. Analisis pesaing	54
d. Memahami pengaruh lingkungan.....	55
1.1.2. Perencanaan dan pengembangan komunikasi pemasaran	56
1.1.3. Penentuan segmentasi potensial.....	58
1.1.4. Persiapan dan pengembangan media promosi.....	59
1.1.5. Monitoring dan analisis situasi	60
1.2. Tahap Implementasi	63
1.2.1. Eksekusi media dan aplikasi komunikasi pemasaran	63
1.2.2. Implementasi bauran promosi	63
1.3. Tahap Evaluasi.....	72
1.3.1. Respon Konsumen	74
B. Analisis Data	78
1. Program komunikasi pemasaran Reverie.....	80
1.1. Tahap Perencanaan	80
1.1.1. Pengkajian perencanaan pemasaran sebelumnya	80
1.1.2. Perencanaan dan pengembangan komunikasi pemasaran	84
1.1.3. Penentuan segmentasi potensial.....	86
1.1.4. Persiapan dan pengembangan media promosi.....	89
1.1.5. Monitoring dan analisis situasi untuk membantu perencanaan	92
1.2. Tahap implementasi.....	93
1.2.1. Eksekusi Media dan Aplikasi pemasaran	96
1.2.2. Implementasi Bauran Promosi	97

a.	Periklanan (advertising)	98
b.	Pemasaran pribadi (personal selling)	100
c.	Publisitas/hubungan masyarakat (publicity/public relation)..	103
d.	Promosi penjualan (sales promotion).....	106
e.	Pemasaran internet (internet marketing)	108
1.3.	Tahap evaluasi	112
BAB IV	117
PENUTUP	117
A.	Kesimpulan	117
B.	Saran.....	118
Daftar Pustaka	122



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rekap tahunan <i>spotify</i> Reverie.....	7
Gambar 1.1 Unggahan perilisan EP Reverie.....	9
Gambar 2.1 Foto personil Reverie.....	46
Gambar 2.2 Logo Reverie.....	47
Gambar 2.3 Cover EP Reverie.....	49
Gambar 3.1 Artikel <i>Unite Asia</i> mengenai Reverie.....	53
Gambar 3.2 Unggahan poster acara SBHC#10.....	62
Gambar 3.3 Unggahan <i>bundling merchandise</i> di <i>Instagram ads</i>	64
Gambar 3.4 <i>Bundling merchandise</i> Reverie	66
Gambar 3.5 Berbagai publikasi media music mengenai Reverie.....	68
Gambar 3.6 Unggahan promosi EP Reverie di <i>Instagram</i>	69
Gambar 3. Unggahan promosi EP Reverie di <i>youtube</i>	70
Gambar 3.8 Konten kolaborasi Skenakena dan Reverie.....	72
Gambar 3.9 Respon konsumen dalam unggahan Reverie di <i>youtube</i>	76
Gambar 3.10 Jumlah putaran EP S.H.A.T.I.V di <i>spotify</i>	77
Gambar 3.11 <i>Merchandise</i> sebagai medium periklanan.....	98
Gambar 3.12 Kegiatan personal selling FSTVLST.....	102
Gambar 3.13 Berbagai unggahan media music mengenai Reverie.....	103
Gambar 3.14 Publikasi RRI mengenai Reverie.....	105
Gambar 3.15 Isi <i>bundling</i> Reverie.....	106
Gambar 3.16 Unggahan Reverie mengenai EP S.H.A.T.I.V.....	108
Gambar 3.17 Unggahan EP Reverie di kanal <i>youtube</i>	109

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Proses perencanaan dan aplikasi komunikasi pemasaran.....	23
Bagan 1.2 Bauran Promosi.....	29
Bagan 1.3 Kerangka konsep penelitian.....	35
Bagan 3.1 Alur proggarm komunikasi pemasaran Reverie.....	79



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tahapan pencapaian tujuan komunikasi.....	21
Tabel 3.1 Segmentasi pasar Reverie.....	88
Tabel 3.2 Bauran Promosi Reverie.....	110
Tabel 3.3 Evaluasi Reverie.....	112

