

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN *REBRANDING*
APLIKASI NOICE**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

AVILA AMORITA

170906452

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN *REBRANDING* APLIKASI NOICE
(Studi Dekriptif Kualitatif Implementasi Komunikasi Pemasaran *Rebranding* Aplikasi NOICE)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

AVILA AMORITA

170906452

disetujui oleh :



Olivia Lewi Pramesti S.Sos., M.A

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN *REBRANDING* APLIKASI NOICE
(Studi Dekriptif Kualitatif Implementasi Komunikasi Pemasaran *Rebranding* Aplikasi NOICE)

Penyusun : Avila Amorita

NPM : 170906452

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan

pada Hari / Tanggal : Rabu, 16 Maret 2022

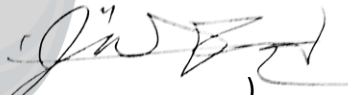
Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Zoom Meeting

TIM PENGUJI

Drs. Josep Joedhi Darmawan, M.A

Penguji Utama

()

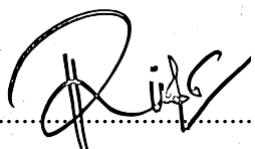
Olivia Lewi Pramesti S.Sos., M.A

Penguji I

()

Rebekka Rismayanti S.Ikom., M.A

Penguji II

()

()

Ranggabumi Nuswantoro, M.A
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Avila Amorita

NPM : 170906452

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *REBRANDING* APLIKASI NOICE (Studi Dekriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran *Rebranding* Aplikasi NOICE)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 3 Maret 2022

Saya yang menyatakan,



Avila Amorita

AVILA AMORITA

170906452 / KOM

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN REBRANDING APLIKASI NOICE

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan menggunakan teknik wawancara mendalam, terhadap tiga narasumber dari Divisi Marketing dan memegang peranan dalam mengelola komunikasi pemasaran dari Aplikasi NOICE. Dokumen sekunder yang membantu melengkapi kebutuhan penelitian ini diantaranya kajian Pustaka terkait, profil perusahaan, jurnal yang berkaitan dengan penelitian, media sosial resmi NOICE, berita yang mengabarkan tentang NOICE serta data jumlah pendengar NOICE

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan Aplikasi NOICE setelah *rebranding*, berdasar pada visinya menjadi *Leading Local Audio Streaming Platform in Indonesia*. Perumusan komunikasi pemasaran yang dilakukan diantaranya mengidentifikasi audiens, menentukan tujuan, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, menentukan anggaran promosi, menentukan bauran promosi dan mengukur hasil promosi. Alat komunikasi pemasaran yang digunakan Aplikasi NOICE meliputi periklanan, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, penjualan personal, dan promosi penjualan.

Keunggulan Aplikasi NOICE sebagai platform dengan audio content terbanyak meliputi radio, music, podcast, audiobook dan Noice Live sering dimanfaatkan untuk menarik minat pendengar dan sebagai taktik dagang di tengah persaingan antar Aplikasi Audio. NOICE juga merupakan aplikasi audio berbasis *local content* dengan kelebihan kualitas audio yang diproduksi sendiri oleh NOICE. Setelah melakukan *rebranding* dan mendapatkan pendanaan dari beberapa Investor, NOICE melebarkan aplikasinya dengan mengganti logo, merambah beberapa konten baru menambah jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) dan termasuk semakin memperluas komunikasi pemasaran.

Kata kunci : Aplikasi NOICE, *Rebranding*, *Branding*, Komunikasi Pemasaran

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan kasih karuniaNya, saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN REBRANDING APLIKASI NOICE", sebagai syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang membantu Saya melalui hambatan dan rintangan selama menyelesaikan skripsi ini. Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang selalu memberi dukungan dan terus mendoakan saya sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini, Mama Ros dan Papa Harry tersayang.
2. Kakak-kakak penulis yang rajin memberikan uang saku dan membiayai kuliah penulis Mba Tya, Mba Yaya dan Bimo.
3. Ibu Olivia Lewi Pramesti, S.Sos., M.A. selaku dosen pembimbing yang sangat sabar membimbing dan memberikan masukan untuk skripsi saya
4. Terima kasih juga karena selalu merawat Vila dengan baik selama di Jogja, untuk keluarga Jogja Pakde Dono, Bude Nil, Apin, Andra, Tante Henny dan Mba Nkeh
5. Kak Thomas, Kak Kinan dan Kak Ayya sebagai pihak dari NOICE yang sudah sangat baik dan rinci dalam memberikan data yang saya butuhkan di skripsi ini
6. Teman yang selalu menemani dari awal berkulia di Jogja hingga akhir skripsi ini Lala, Reynold, Geby, Cindy, Cory, Debo, Reyna, Kak Sano, Kak Isan dan Brian
7. Sahabat-sahabat baik dari Bekasi yang sabar mendengar keluh-kesah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini serta memberikan dukungan, doa dan motivasi, Sara Vega, Rafel, Cintya, Adel dan Martin
8. Kepada PT. Visindotama Medikarsa Prima tempat di mana Saya bekerja yang selalu *men-support* Saya saat mengerjakan tugas akhir

Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membaca. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan menerima kritikan dan masukan dalam membangun skripsi ini menjadi lebih baik.

Jakarta, 3 Maret 2022



Avila Amorita



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian.....	15
E. Kerangka Teori.....	16
F. Kerangka Konsep.....	27
G. Metodologi Penelitian.....	32
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	39
A. Sejarah NOICE.....	39
B. Logo NOICE.....	42
C. Visi dan Misi NOICE.....	43
D. Produk dan Layanan.....	43
E. Informan Penelitian.....	46
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Hasil Temuan Data.....	49
B. Analisis Hasil Penelitian.....	115

BAB IV PENUTUP	144
A. Kesimpulan	144
B. Saran	145
DAFTAR PUSTAKA	147
LAMPIRAN.....	150



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Diagram Proporsi Platform Podcast (Sumber: Daily Social, 2018) .	4
Gambar 1. 2	Logo Awal NOICE	5
Gambar 1. 3	Logo Baru NOICE	6
Gambar 1. 4	Alasan Rebuild Aplikasi NOICE 2.0 di Instagram.com/NOICE.id .	6
Gambar 1. 5	Pemberitahuan Aplikasi Baru di Instagram.com/NOICE.id.....	7
Gambar 1. 6	Unggahan Fitur NOICE Live.....	8
Gambar 1. 7	Unggahan Fitur NOICE <i>Clips</i>	8
Gambar 1. 8	Contoh Keluhan di Kolom Komentar Instagram.com/NOICE.id	9
Gambar 1. 9	Contoh Review dan Keluhan Aplikasi NOICE di App Store.....	10
Gambar 1. 10	Pemberitahuan Aplikasi Baru di Instagram.com/NOICE.id	10
Gambar 2. 1	Konten Audio di Aplikasi NOICE.....	41
Gambar 2. 2	Logo NOICE.....	42
Gambar 3. 1	Logo NOICE setelah rebranding	50
Gambar 3. 2	Kuisisioner Aktivitas Target Audiens	54
Gambar 3. 3	Kuisisioner Aktivitas Masyarakat Konsumsi Konten Audio	55
Gambar 3. 4	Testimoni Pendengar NOICE	62
Gambar 3. 5	Unggahan #NongkrongDiNOICE di Instagram	63
Gambar 3. 6	Thread Twitter NOICE #NongkrongdiNOICE	64
Gambar 3. 7	<i>Digital Ads Campaign</i> #NongkrongDiNOICE di Tik Tok.....	65
Gambar 3. 8	Giveaway #NongkrongDiNOICE.....	66
Gambar 3. 9	Panji (Podcaster) Menggunakan Hoodie #NongkrongdiNOICE....	67
Gambar 3. 10	Pemasaran #NongkrongDiNOICE melalui Baliho.....	67
Gambar 3. 11	Pemasaran #NongkrongDiNOICE di	68
Gambar 3. 12	Pemasaran #NongkrongDiNOICE di Angkot	68
Gambar 3. 13	Pemasaran #NongkrongDiNOICE di Ojek Online.....	69
Gambar 3. 14	Aktivitas Marketing KOL Anya Geraldine	70
Gambar 3. 15	Aktivitas Marketing KOL Wishnu Utama.....	71
Gambar 3. 16	Periklanan di Angkutan	76
Gambar 3. 17	Periklanan di Truk	76
Gambar 3. 18	Periklanan	76
Gambar 3. 19	Periklanan di Baliho	77
Gambar 3. 20	Digital Ads di Tik Tok.....	78
Gambar 3. 21	Media Partnership dengan IDN Times	82
Gambar 3. 22	Media Partnership dengan USS Feeds.....	82
Gambar 3. 23	Contoh Artikel NOICE di Media <i>Online</i>	84
Gambar 3. 24	Event Podcast gathering	85
Gambar 3. 25	Event Berizik Live Episode 100	85
Gambar 3. 26	Poster Parade Podcast Indonesia	85
Gambar 3. 27	Dokumentasi Event Halloween NOICE	86
Gambar 3. 28	Instastory Social Project NOICE x Ternak Uang.....	87
Gambar 3. 29	Promosi NOICE x Telkomsel.....	88

Gambar 3. 30	Program Ikoy-Ikoy-an NOICE	90
Gambar 3. 31	NOICE 2.0 Giveaway	90
Gambar 3. 32	Giveaway Tiket Berizik Live Episode 100.....	91
Gambar 3. 33	Kuis Podcast “Onad Danang Meet Everybody”	91
Gambar 3. 34	Giveaway #NongkrongdiNOICE	92
Gambar 3. 35	Giveaway Armuh Podcast	92
Gambar 3. 36	Ajakan untuk ikut ParaNOICE Community	94
Gambar 3. 37	Instastory KOL mengunggah merchandise NOICE	95
Gambar 3. 38	Instastory Jerome Polin memasarkan Audiobook	96
Gambar 3. 39	Keluhan Pelanggan di Twitter @Noice_Id.....	98
Gambar 3. 40	Tanggapan Noice terhadap Pendengar Noice.....	98
Gambar 3. 41	Fitur Added to Your Story.....	98
Gambar 3. 42	Contoh NOICE repost story User.....	99
Gambar 3. 43	Notifikasi di Aplikasi NOICE	100
Gambar 3. 44	Promosi Podcast Shihab & Shihab “Belajar soal Menahan Ghibah”	102
Gambar 3. 45	Promosi Audiobook “Rich Dad, Poor Dad”	103
Gambar 3. 46	Promosi Podcast “Selaras Jiwa”	103
Gambar 3. 47	Profil Instagram NOICE	105
Gambar 3. 48	Contoh Hero Content di Instagram NOICE (Podcast Armuh) ...	105
Gambar 3. 49	Contoh Hub Content di Instagram NOICE (Podcast Armuh)	106
Gambar 3. 50	Contoh Hygiene Content (Squid Game).....	106
Gambar 3. 51	Contoh <i>Hygiene Content</i> (Layangan Putus)	106
Gambar 3. 52	Contoh Konten Instagram @noice.id	108
Gambar 3. 53	Profil Twitter NOICE	109
Gambar 3. 54	Contoh tweets di Twitter NOICE	109
Gambar 3. 55	Tweet di Twitter NOICE	110
Gambar 3. 56	Profil Facebook NOICE	110
Gambar 3. 57	Konten Facebook NOICE.....	111
Gambar 3. 58	Profil Tik Tok NOICE	112
Gambar 3. 59	Profil Youtube NOICE	112
Gambar 3. 60	Website NOICE.id.....	113
Gambar 3. 61	Jumlah pendengar NOICE hingga akhir tahun 2021	114