

STRATEGI PEMASARAN SOSIAL GAMELAN

(Studi Deskriptif Mengenai Proses Perencanaan dan Implementasi
Strategi Pemasaran Sosial Gamelan dalam Event Yogyakarta Gamelan
Festival oleh Komunitas Gayam 16)



KRISTINA TRI ASTUTI

10 09 04009 / Kom

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

2015

STRATEGI PEMASARAN SOSIAL GAMELAN

(Studi Deskriptif Mengenai Proses Perencanaan dan Implementasi
Strategi Pemasaran Sosial Gamelan dalam Event Yogyakarta Gamelan
Festival oleh Komunitas Gayam 16)



SKRIPSI

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

KRISTINA TRI ASTUTI

10 09 04009 / Kom

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

2015

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kristina Tri Astuti
No. Mahasiswa : 10 09 04009/KOM
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN SOSIAL GAMELAN (Studi Deskriptif Mengenai Proses Perencanaan dan Implementasi Strategi Pemasaran Sosial Gamelan dalam *Event* Yogyakarta Gamelan Festival oleh Komunitas Gayam 16)

Menyatakan secara sungguh-sungguh bahwa skripsi ini benar-benar saya kerjakan sendiri tanpa unsur plagiasi maupun pencurian dari karya orang lain.

Apabila kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kersarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 15 April 2015

Saya yang menyatakan,



Kristina Tri Astuti

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI PEMASARAN SOSIAL GAMELAN

(Studi Deskriptif Mengenai Proses Perencanaan dan Implementasi Strategi Pemasaran Sosial Gamelan dalam *Event* Yogyakarta Gamelan Festival oleh Komunitas Gayam 16)

SKRIPSI

Disusun sebagai Tugas Akhir untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh:

KRISTINA TRI ASTUTI

10 09 04009/KOM

disetujui oleh:



Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos, M.Si

Dosen Pembimbing

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

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN SOSIAL GAMELAN (Studi Deskriptif Mengenai Proses Perencanaan dan Implementasi Strategi Pemasaran Sosial Gamelan dalam *Event* Yogyakarta Gamelan Festival oleh Komunitas Gayam 16)

Penyusun : Kristina Tri Astuti

No. Mahasiswa : 10 09 04009/KOM

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan

Hari, Tanggal : Kamis, 23 April 2015

Pukul : 11.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 3

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP, M.Si.

Penguji Utama

(.....)

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos, M.Si

Penguji 1

(.....)

Drs. Ign. Agus Putranto M.Si.

Penguji 2

(.....)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada
Tuhan Yesus Kristus, Keluarga, Komunitas Gayam 16
dan diri saya sendiri

*“Gamelan is a spirit
not an object,
the instrument
are just the medium”
-Sapto Raharjo-*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat yang dilimpahkan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Gamelan. Khususnya dalam penelitian kali ini adalah strategi komunikasi pemasaran sosial gamelan dalam *event* Yogyakarta Gamelan Festival yang diselenggarakan oleh Komunitas Gayam 16.

Tiga semester bukan waktu yang singkat untuk menyelesaikan skripsi ini, namun peneliti mempercayai bahwa *“Hasil tidak akan pernah mengkhianati proses”*. Dalam kurun waktu yang cukup panjang tersebut, peneliti belajar untuk memprioritaskan pekerjaan, belajar pula untuk dekat dengan pihak Komunitas Gayam 16 tidak sekedar untuk mendapatkan informasi guna penelitian ini. Belajar untuk tidak menghujat alam, ketika wawancara akan dilakukan sementara awan meneteskan rintik-rintik airnya, atau justru ketika matahari sangat terik menyinari kota Yogyakarta ini. Belajar pula untuk mencari cara untuk menghibur diri saat penat dengan segala sesuatu dalam proses ini, termasuk memahami bahwa lagu-lagu Payung Teduh mampu untuk memberikan peneliti semangat dalam setiap usaha menyelesaikan skripsi ini.

Sementara dalam proses yang panjang tersebut, banyak pihak yang selalu mendukung, mendoakan, menasihati, bahkan menyindir agar peneliti segera menyelesaikan skripsi ini. Namun yang terutama adalah Tuhan Yesus Kristus yang masih memberikan nafas kehidupan hingga peneliti menyelesaikan skripsi ini. Seluruh Keluarga Besar yang tidak henti-hentinya memanjatkan doa kepada Tuhan agar seluruh proses penulisan skripsi ini dilancarkan oleh semua pihak yang terkait.

Kebetulan di Yogyakarta, peneliti juga memiliki keluarga kedua yang tidak bisa dipungkiri juga mendukung penulisan skripsi ini. Keluarga Besar UKM Teater Lilin UAJY adalah pihak yang mengajarkan peneliti untuk memahami bagaimana berdinamika dalam sebuah organisasi dan memahami sebuah proses menuju sesuatu yang lebih baik, namun juga memberi wadah untuk berkarya dan berkesenian. Salam Budaya!

Seluruh dukungan maupun doa akan menjadi sia-sia ketika pihak yang menjadi objek dari penelitian ini tidak berkontribusi, oleh karena itu peneliti juga patut memberikan ucapan terima kasih kepada seluruh anggota Komunitas Gayam 16, terutama kepada Desyana Wulani Putri, yang dengan sabar membalas semua pertanyaan peneliti secara langsung maupun tidak langsung dan Setyaji Dewanto, yang dengan rinci menjelaskan mengenai *event* Yogyakarta Gamelan Festival serta mengajarkan beberapa ilmu mengenai budaya.

Dalam proses penulisan skripsi ini, peneliti dibimbing oleh Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.Si. yang membantu sampai peneliti bisa melakukan Ujian Seminar pada tanggal 1 Oktober 2014. Setelah itu pada tanggal 27 Oktober 2014, beliau harus berangkat melanjutkan studi di luar negeri, sehingga tidak bisa membimbing sampai skripsi ini selesai, namun tetap rajin menanyakan kapan peneliti ujian. Setelah Ujian Seminar, peneliti dibimbing oleh Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos, M.Si sampai akhirnya penulisan skripsi ini selesai. Terima kasih untuk keduanya.

Teman-teman Asisten Laboratorium Audiovisual FISIP UAJY selama dua periode dan teman-teman FIAT TV, terima kasih atas tantangan untuk mencari prioritas dalam pekerjaan yang saya lakukan. Teman-teman Kebun Sayur Creative Communication terima kasih menjadi penyemangat untuk mengejar gelar yang sudah kalian raih sebelum akhirnya peneliti mendapatkannya. Tidak lupa, ucapan terima kasih saya berikan kepada teman-teman seperjuangan, sepenanggungan, yang saling menyemangati dan mendoakan. Teman yang setiap pagi saling membangunkan, saling menunggu di perpustakaan, saling membantu bahkan saling menghibur satu sama lain. Maupun teman-teman lain yang sempat menjadi motivasi peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini, terima kasih.

Bagi anda yang membaca karya ini, semoga anda tidak kecewa dengan apa yang akan anda baca. Bangga, jika anda dengan sungguh-sungguh memahami apa yang peneliti tulis dalam skripsi ini dan dengan menjadikan karya ini sebagai pedoman penulisan anda.

Salam Budaya!

HALAMAN ABSTRAK

KRISTINA TRI ASTUTI

No. Mahasiswa: 10 09 04009/KOM

STRATEGI PEMASARAN SOSIAL GAMELAN

(Studi Deskriptif Mengenai Proses Perencanaan dan Implementasi Strategi Pemasaran Sosial Gamelan dalam *Event* Yogyakarta Gamelan Festival oleh Komunitas Gayam 16)

ABSTRAK

Strategi pemasaran sosial adalah perencanaan atas usaha komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh organisasi nirlaba. Usaha pemasaran yang dilakukan oleh pihak nirlaba disebut pemasaran sosial. Adapun objek dalam penelitian ini adalah *event* Yogyakarta Gamelan Festival yang diselenggarakan oleh Komunitas Gayam 16, oleh karena itu peneliti mendapatkan informasi mengenai *event* Yogyakarta Gamelan Festival melalui Komunitas Gayam 16.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian studi deskriptif. Penelitian ini akan mendeskripsikan hasil temuan dan menganalisis hasil temuan tersebut. Dalam hal ini adalah mendeskripsikan bagaimana proses perencanaan dan implementasi strategi pemasaran sosial *event* Yogyakarta Gamelan Festival. Penelitian ini menggunakan triangulasi data kepada dua narasumber untuk melakukan proses validasi data. Selain menggunakan informasi dari narasumber, penelitian ini juga menggunakan dokumentasi untuk membuktikan validitas data.

Pada akhirnya, diketahui bahwa Komunitas Gayam 16 dalam proses perencanaan pemasaran sosial *event* Yogyakarta Gamelan Festival, melakukan tahapan pengembangan komunikasi yang efektif menurut Kotler. Hal ini diimplementasikan dalam *grand design* yang dimiliki oleh Komunitas Gayam 16 untuk *event* Yogyakarta Gamelan Festival. Selain itu, melalui penelitian ini, dapat diketahui bahwa Komunitas Gayam 16 melakukan usaha pemasaran sosial mengenai gamelan untuk melestarikan gamelan, salah satunya melalui *event* Yogyakarta Gamelan Festival. Oleh karena itu, yang menjadi hasil temuan dalam penelitian kali ini bahwa *event* Yogyakarta Gamelan Festival sebagai sebuah pergerakan budaya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Sosial, *Event*, Pergerakan Budaya

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Halaman Abstrak	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Bagan	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I - PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori	
1. Komunikasi	9
2. Komunikasi Pemasaran	11
3. Gamelan	14
4. Reproduksi Budaya	16
F. Kerangka Konsep	
1. Strategi Komunikasi Pemasaran	19
2. Pemasaran Sosial	24
3. Event	26
4. Komunitas	29
G. Metodologi Penelitian	
1. Metode Penelitian	32
2. Jenis Penelitian	33
3. Lokasi Penelitian	33
4. Metode Pengumpulan Data	33
5. Metode Analisis Data	34
6. Validitas Data	36

BAB II - DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Komunitas Gayam 16	
1. Sejarah Komunitas Gayam 16	37
2. Logo Komunitas Gayam 16	38
3. Lokasi Sanggar Komunitas Gayam 16	39
4. Struktur Organisasi Komunitas Gayam 16	40
5. Kegiatan Komunitas Gayam 16	41
6. Sumber Dana Komunitas Gayam 16	43
B. YGF	
1. Sejarah YGF	44
2. Grand Design YGF	46
3. Logo YGF	47
4. Visi dan Misi YGF	47
5. Struktur Organisasi YGF	48
6. Volunteer YGF	49

BAB III - PEMBAHASAN

A. Hasil Temuan Penelitian	
1. YGF	53
2. Strategi Komunikasi Pemasaran	62
B. Hasil Analisis dan Interpretasi Data	
1. Proses Perencanaan Strategi Pemasaran Sosial Event YGF	73
2. Implementasi Strategi Pemasaran Sosial Event YGF	75
3. YGF sebagai sebuah Pergerakan Budaya	79

BAB IV - PENUTUP

A. Kesimpulan	92
B. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	97

DAFTAR TABEL

Treatment Grand Design YGF 2005-2015

46



DAFTAR BAGAN

Struktur Organisasi Komunitas Gayam 16	40
Struktur Organisasi YGF 2014	48



DAFTAR GAMBAR

Logo Komunitas Gayam 16	38
Kumpulan Piagam Penghargaan Komunitas Gayam 16	43
Logo YGF	47
Sekilas Sejarah YGF	54
Twitter Komunitas Gayam 16	69
Fanpage Facebook Yogyakarta Gamelan Festival	70
YouTube Komunitas Gayam 16	70
Gamelan On The Road	71
YouTube Gamelan Mben Surup	83
Poster Event YGF Tahun 2012	86
Jam Session YGF 2014	87

DAFTAR LAMPIRAN

Interview Guide	97
Matriks Penelitian	99
Transkrip Wawancara Pra-Riset	103
Transkrip Wawancara Riset 1	108
Transkrip Wawancara Riset 2	120
Transkrip Wawancara Riset 3	136

