

LAPORAN SKRIPSI

Penerapan Komunikasi Pemasaran Musisi Indie Dalam Aktivitas Bauran

Pemasaran di Koma KAI Terrace Semarang Sebagai



Disusun oleh :

HERNANDEZ ALDIAN YUDHA PRIATAMA

18.M1.0156

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

SEMARANG

2022

LAPORAN SKRIPSI

**Penerapan Komunikasi Pemasaran Musisi Indie Dalam Aktivitas Bauran
Pemasaran di Koma KAI Terrace Semarang Sebagai**

SKRIPSI

**Diajukan Dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Strata-1 Dalam Ilmu Komunikasi**



Disusun oleh :

HERNANDEZ ALDIAN YUDHA PRIATAMA

18.M1.0156

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hernandez Aldian Y.P
NIM : 18.M1.0156
Progdi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Hukum dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul “Penerapan Komunikasi Pemasaran Musisi Indie Dalam Aktivitas Bauran Pemasaran di Koma KAI Terrace Semarang” tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 28 Oktober 2022

Yang menyatakan,



Hernandez Aldian Y.P

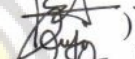
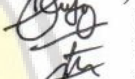

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini disusun oleh:

NAMA : HERNANDEZ ALDIAN Y.P
NIM : 18.M1.0156

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal :

Dosen Penguji :

1. Rotumiar Pasaribu, SS., M.I.Kom ()
2. Adrianus Bintang Hanto N, S.E., M.A ()
3. Fidelis Aggiornamento Saintio, SPhil., M.I.Kom ()

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi

Pada tanggal :



Marcella E

Dr. Marcella Elwina Simandjuntak, SH. CN. M.Hum
Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAHUNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hernandez Aldian Y.P
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Hukum Dan Komunikasi
Jenis Karya : Tugas Akhir (Skripsi)

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul “Penerapan Komunikasi Pemasaran Musisi Indie Dalam Aktivitas Bauran Pemasaran di Koma KAI Terrace Semarang” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 28 Oktober 2022

Yang menyatakan



Hernandez Aldian Y.P

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera untuk kita semua,

Segala rasa syukur dan pujian peneliti haturkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus, atas segala berkat dan bimbingan-Nya, sehingga peneliti diberi kelancaran dalam proses penyusunan tugas akhir atau skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar sebagai lulusan Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum dan Komunikasi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Ucapan terima kasih yang tak pernah ada habisnya turut peneliti haturkan kepada seluruh anggota keluarga inti peneliti, terutama kepada kedua orang tua peneliti, atas segala macam doa, bimbingan, dukungan, dan kasih sayang yang tak ternilai kepada peneliti selama ini. Berharap kedua orang tua dan kakak-kakak peneliti dapat selalu diberi kesehatan, keselamatan, dan umur panjang hingga dapat menemani peneliti hingga meraih karir dan cita-cita yang peneliti inginkan di masa yang akan datang.

Pada kesempatan yang baik ini, peneliti turut menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Rotumiar Pasaribu, SS., M.I.Kom dan Bapak Adrianus Bintang Hanto N, S.E., M.A , selaku dosen pembimbing pertama dan kedua peneliti, yang telah sabar dan setia membimbing serta menuntut peneliti menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Fidelis Aggiornamento Saincio, SFil., M.I.Kom, selaku dosen penguji peneliti yang juga telah memberi masukan-masukan penting bagi kelengkapan dan keberhasilan tugas akhir peneliti.
3. Bapak Abraham Wahyu N, S.I.Kom, M.A , selaku kepala program direksi Ilmu Komunikasi Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata Semarang, yang telah memberi keputusan-keputusan yang baik dalam program studi yang peneliti ini.
4. Ibu Yenny dan seluruh anggota Tata Usaha Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata, yang telah membantu dan membimbing peneliti untuk mengurus segala macam berkas sebagai syarat mengikuti sidang proposal hingga sidang akhir dari tugas akhir ini.
5. Dukungan teman saya Yulio Jansen, Gamas Kosasih, Fay Mahsa, Nathanael Kenzo serta kekasih saya Felisia Dias atas dukungan moral dan semangat kepada saya.

ABSTRAK
**PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN KOMA KAI TERRACE
SEMARANG SEBAGAI TEMPAT DALAM AKTIVITAS BAURAN
PEMASARAN MUSIK MUSISI INDIE**

Hernandez Aldian Yudha Priatama
Universitas Katolik Soegijapranata

2022

Aktivias bauran pemasaran merupakan strategi yang digunakan untuk memasarkan sebuah produk, jasa atau merk. Tentunya dalam memasarkan sebuah produk disitu terdapat aktivitas bauran pemasaran. Musisi indie merupakan musisi yang system pengelolaannya dilakukan secara *independent* atau mandiri, sehingga semua aktivitas produksi, penjualan dan promosi dilakukan secara mandiri. Koma KAI Terrace Semarang merupakan tempat yang digunakan untuk melakukan konser, salah satu musisi yang melakukan konser di tempat tersebut yaitu Bernama Evenless Band. Evenless band melakukan promosi mini album mereka dengan melakukan konser di Koma KAI Terrace Semarang. Peneliti tertarik meneliti mengenai penerapan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Evenless band dalam promosi mini album dengan melakukan konser music di Koma KAI Terrace Semarang. Metode penelitian yang peneliti gunakan yaitu dengan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu musisi Evenless band dalam promosi di Koma KAI Terrace Semarang, menerapkan aktivitas bauran pemasaran marketing mix 4P, Promotion mix. Evenless menerapkan bauran promosi tersebut dengan memilih Koma KAI Terrace Semarang sebagai tempat dalam melakukan aktivitas bauran pemasaran, memiliki produk yang dijual berupa mini album fisik dan digital, merchandise kaos band, mengolah biaya sendiri dalam produksi dan mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan, dalam aktivitas tersebut Evenless melakukan promosi dengan menggunakan media social Instagram dan juga promosi secara langsung kepada khalayak atau audience.

Kata Kunci: Evenless, Musisi, Marketing mix 4P, Promotion mix

ABSTRACT
***APPLICATION OF KOMA KAI TERRACE SEMARANG MARKETING
COMMUNICATIONS AS A PLACE IN INDIE MUSIC MARKETING MIX
ACTIVITIES***

Hernandez Aldian Yudha Priatama
Soegijapranata Catholic University
2022

Marketing mix activities are strategies used to market a product, service or brand. Make sure in marketing a product there is a marketing mix activity. Indie musicians are musicians whose management system is carried out independently or independently, so that all production, sales and promotion activities are carried out independently. Koma KAI Terrace Semarang is a place used to perform concerts, one of the musicians who performs concerts at the venue is the Evenless Band. Evenless band promoted their mini album by holding a concert at Koma KAI Terrace Semarang. Researchers are interested in researching the application of the marketing mix carried out by the Evenless band in the promotion of the mini album by holding a music concert at Koma KAI Terrace Semarang. The research method that the researcher uses is descriptive qualitative method. The results of this study are Evenless band musicians in promotion at Koma KAI Terrace Semarang, applying a 4P marketing mix of marketing activities, Promotion mix. Evenless implemented the promotional mix by choosing Koma KAI Terrace Semarang as a place to carry out marketing mix activities, having products sold in the form of physical and digital mini albums, band t-shirt merchandise, processing their own costs in production and getting profits from sales, in this activity Evenless do promotions using Instagram social media and also promote directly to the audience or audience.

Keywords: Evenless, Musician, Marketing mix 4P, Promotion mix

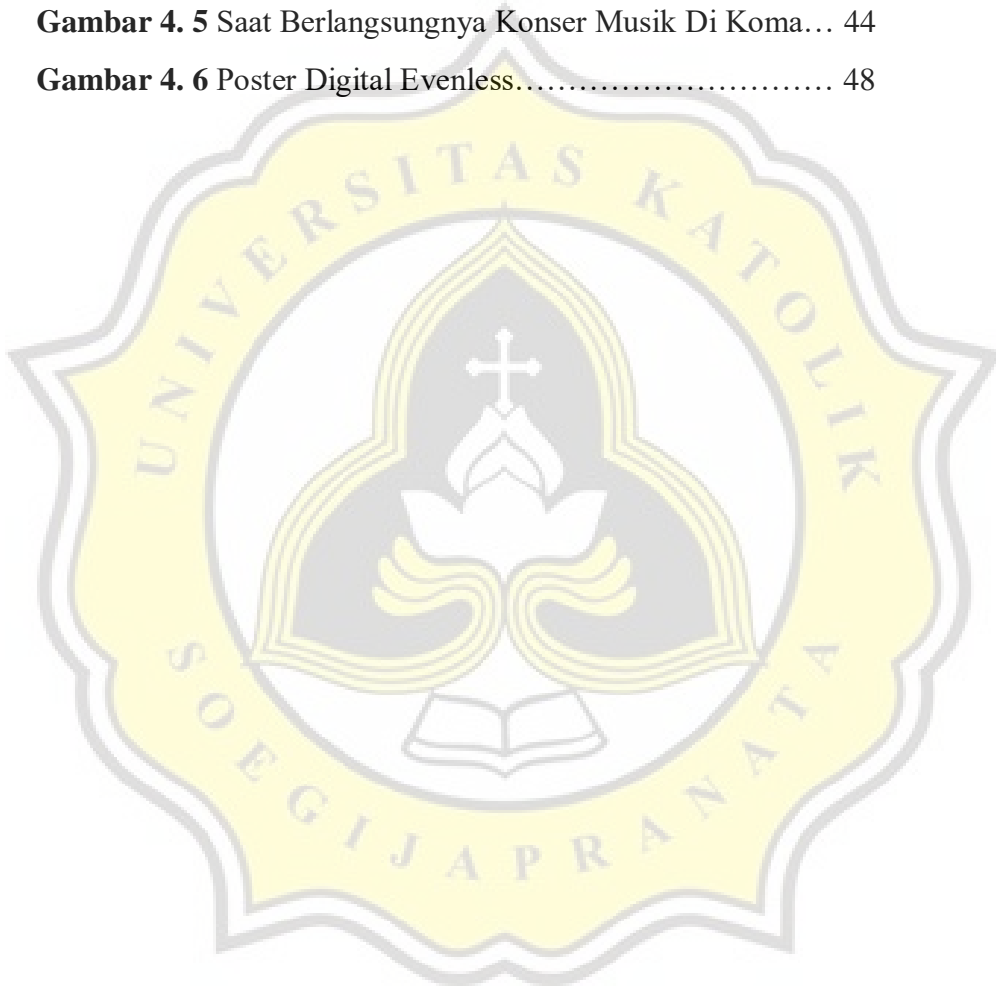
DAFTAR ISI

| | |
|--|------------------------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iv |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I..... | 13 |
| PENDAHULUAN..... | 13 |
| 1.1 Latar Belakang | 13 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 19 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 19 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 19 |
| BAB II..... | 21 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 21 |
| 2.1 Komunikasi Pemasaran..... | 21 |
| 2.2 Segmentasi Pemasaran | 21 |
| 2.3 Saluran Distribusi..... | 22 |
| 2.4 Bauran Pemasaran Marketing Mix 4P | 22 |
| 2.4.1 Product (Produk) | 22 |
| 2.4.2 Price (Harga)..... | 23 |
| 2.4.3 Promotion (Promosi)..... | 24 |
| 2.4.4 Place (Tempat) | 25 |
| 2.5 Tempat pemasaran Pada Aktivitas Bauran Pemasaran..... | 26 |
| 2.5.1 Tempat Pemasaran | 26 |
| 2.5.2 Bauran Promosi | 28 |
| 2.6 Musisi Indie..... | 30 |

| | |
|---|-----------|
| 2.7 Kerangka Pikir | 32 |
| 2.8 Penelitian Terdahulu | 34 |
| BAB III..... | 35 |
| METODOLOGI PENELITIAN | 35 |
| 3.1 Metode Penelitian | 35 |
| 3.2 Teknik Pengumpulan Data..... | 35 |
| 3.3 Teknik Analisis Data | 37 |
| 3.4 Sistematika penelitian..... | 39 |
| 3.5 Tatakala Penelitian..... | 41 |
| BAB IV | 42 |
| Hasil Penelitian Dan Pembahasan | 42 |
| 4.1 Gambaran Umum..... | 43 |
| 4.1.1 Profil Band Evenless | 43 |
| 4.2 Penerapan Bauran Pemasaran Marketting Mix dan Promotion Mix | 46 |
| 4.2.1 Penerapan Bauran Marketting Mix 4P Band Evenless | 46 |
| 4.2.1.1 <i>Product</i> | 46 |
| 4.2.1.2 <i>Place</i> | 48 |
| 4.2.1.3 <i>Promotion</i> | 49 |
| 4.2.1.4 <i>Price</i> | 51 |
| 4.2.2 Penerapan Bauran Promotion Mix Band Evenless..... | 52 |
| 4.2.2.1 <i>Advetising</i> | 53 |
| 4.2.2.2 <i>Sales Promotion</i> | 54 |
| 4.2.2.3 <i>Public Relations</i> | 56 |
| 4.2.2.4 <i>Direct Marketting</i> | 57 |
| 4.2.2.5 <i>Personal Selling</i> | 58 |
| BAB V | 61 |
| Kesimpulan..... | 61 |
| 5.1 Kesimpulan | 61 |
| 5.2 Saran | 62 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 4. 1 Profil band Evenless..... | 38 |
| Gambar 4. 2 Profil Instagram Evenless..... | 40 |
| Gambar 4. 3 Mini Album Digital Evenless..... | 42 |
| Gambar 4. 4 Kaos Band Evenless..... | 43 |
| Gambar 4. 5 Saat Berlangsungnya Konser Musik Di Koma... | 44 |
| Gambar 4. 6 Poster Digital Evenless..... | 48 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-----------------|----|
| Lampiran A..... | 59 |
| Lampiran B..... | 63 |

