

LAMPIRAN

A. Daftar Pertanyaan Wawancara

Musisi Indie

1. Sebagai musisi indie, genre apa yang di pilih?
“Sebenarnya kami mempersilahkan pendengar untuk menentukan genre apa yang kami usung, karena biasanya tiap orang memiliki penilaian masing masing, namun kalau kami pribadi bisa disebut genre eksperimen, artinya karena kami mengusung dari banyak genre seperti doom metal, sroner rock, dan kita gabungin aja pola pemikiran lagu dari masing masing personil, misalnya seperti band grunge Nirvana tapi dengan tempo lambat, namun selebihnya kami tidak membatasi penilaian pendengar mau mendengar genre kami apapun itu”.
2. Apa tujuan utama sebagai musisi indie melangsungkan konser musik?
“Menurut kami seorang musisi selain menciptakan karya, ya harus menampilkan karya itu secara langsung dihadapan orang oeang mas, dan tentunya itu membuat seorang musisi lebih dikenal lagi.”
3. Ketika malangsungkan konser musik, adakah segmentasi pasar khusus terkait *audience* peminat genre yang musisi bawakan ketika konser?
“Sebenarnya menurut kami, lagu lagu yang kami buat itu penikmatnya tidak terlalu umum, namun ketika kami konser tidak terbatas penikmatnya siapa saja, namun lebih kearah umum, jadi ketika orang suka atau tidak suka itu kembali lagi ke selera musik orang”.

Bauran Pemasaran Marketting 4P

(Place)

4. Seberapa penting sebagai musisi memilih tempat dalam melangsungkan aktivitas pemasaran?
“Sebagai musisi indie, tentunya kami membutuhkan tempat untuk melangsungkan konser, namun musisi indie kan terbatas dengan biaya, maka dari itu kami ban Evenless memilih tempat yang sekiranya cukup dengan biaya namun juga lingkungan mendukung”.
5. Mengapa memilih Koma KAI Terrace sebagai tempat dalam aktivitas pemasaran berupa konser musik?

“Alasan kami merilis album dengan melakukan konser musik di Koma KAI Terrace Semarang, yaitu karena di Koma itu sendiri terdapat gerai atau toko album fisik musik bernama Demajors Semarang, Demajors menjual album musik dari musisi lokal maupun luar negeri. Yang menjadi tujuan kami memilih tempat tersebut karena Demajors mempunyai lingkungan penikmat musik yang cukup banyak digemari, artinya pengunjung di demajors merupakan para penikmat musik yang tertarik dengan musik, maka dari itu kami memanfaatkan lingkungan yang mendukung, secara langsung kami menambah relasi penikmat musik lebih luas lagi, dengan begitu kami merilis dan melakukan konser musik yang mempunyai lingkungan penikmat musik juga, itu alasan kami memilih Koma KAI Terrace Semarang”

(Product)

6. Produk apa saja yang ditawarkan atau dipasarkan ketika melangsungkan konser musik di Koma KAI Terrace Semarang?

“Saat ini kami mempunyai produk diantaranya ada karya musik itu sendiri kemudian kami punya rilisan fisik mini album kami, dan kami juga punya produk *merchandise* berupa kaos band Evenless itu sendiri, saat ini sih paling banyak mendapat minat itu dari kaos band”

7. Produk manakah yang paling penting ketika melangsungkan aktivitas pemasaran di Koma KAI Terrace Semarang?

“Yang pasti karya musik itu sendiri ya mas, apalagi di Koma kemarin kami melangsungkan acara sendiri merilis mini album kami, namun kami juga menawarkan produk kami ada Kaos Band, rilisan fisik mini album”.

(Price)

8. Untuk melakukan sebuah pemasaran karya, biaya apa saja yang dikeluarkan untuk melangsungkan konser musik?

“Untuk pemasaran biaya yang dikeluarkan selain rekaman lagu, itu menyewa tempat di Koma KAI Terrace Semarang mas, kami membuat acara perilsan mini album musik dan lokasi di Koma, nah kami membayar untuk menyewa tempat tersebut”.

9. Dalam melangsungkan konser, adakah pemasukan atau keuntungan biaya yang didapatkan?

“Keuntungan yang paling banyak itu malah ada di penjualan *merchandise* kaos band Evenless mas, sebagian besar pemasukan kami dari kaos band, keuntungannya itu sendiri bisa buat kami biaya rekaman, kebutuhan band, dan lain lainnya”.

(Promotion)

10. Bagaimana proses promosi pada saat melangsungkan pemasaran di Koma KAI Terrace Semarang?
“Ada beberapa promosi yang kami lakukan, yang pertama melangsungkan acara yang kami buat mas, acara di Koma itu perilisan minialbum kami, selanjutnya kami dari teman teman, selebihnya kami menggunakan promosi lewat sosial media Instagram”.
11. Mengapa promosi menjadi hal penting sebagai musisi indie?
“Ketika lagu seorang musisi ingin lebih dikenal ya kita mesti promosi, dengan promosi karya seorang musisi bisa lebih luas lagi dikenal orang”.
12. Adakah promosi khusus yang dilakukan musisi indie diluar konser musik?
“Paling ya promosi tadi yang saya sebutkan saja mas”
13. Untuk mendatangkan audience yang hadir di Koma KAI Terrace, bagaimana promosi yang dilakukan?
“Kalau ini kami bikin poster digital tentang jadwal main kami, lalu kami unggah ke Instagram, dan juga meminta tolong teman teman kami untuk menyebarkan poster digital kami juga mas”.

Bauran Promosi

(Advertising, Sales Promotion, Public Relation, Direct Marketing, Personal Selling)

14. Bagaimana promosi iklan yang dilakukan musisi untuk mengenalkan produk dan acara konser musik?
“Ada beberapa mas, kami mengandalkan sosial media Instagram, lalu lewat personal ke teman teman, dan juga pada saat konser”.
15. Bagaimana upaya musisi menambah kepercayaan audience untuk membeli produk atau menghadiri konser musik?
“Kami kalau jual produk kami biasanya kami berikan paket bundling mas, jadi ketika orang membeli kaos kami mendapat gratis CD mini album, stiker, pin button, dengan gitu orang jadi tambah tertarik membeli karena dapat gratisan mas”.
16. Adakah promosi khusus antar personal yang musisi lakukan untuk menawarkan produk?

“Kami setelah selesai acara itu sebisa mungkin mendekati para penonton yang ada disitu mas, kami coba betukar pikiran, ngobrol, sembari kami juga nawarin produk kami secara langung. Dengan gitu kan kami juga mendapat relasi baru, tujuanya juga secara gak langsung mereka mungkin akan ngasih tau ke temen temen mereka, atau promosikan band kami lewat instagram atau secara langsung, jadi istilah gethuk tular atau omongan dari mulut ke mulut itu juga secara gak langsung akan terjadi mas, dan itu juga jadi keuntungan buat kami untuk promosi karya dan produk kami”.

17. Seberapa pentingkah melakukan pemasaran secara langsung melalui konser musik di Koma KAI Terrace?

“Melalui konser karya kami akan lebih dikenal lebih luas lagi, selain itu sebagai musisi kan memang deharusnya konser secara langsung didepan banyak orang, dengan gitu orang orang bisa tau kalau ada band yang namanya Evenless”.

18. Adakah impact yang dihasilkan dari konser musik di Koma KAI Terrace Semarang?

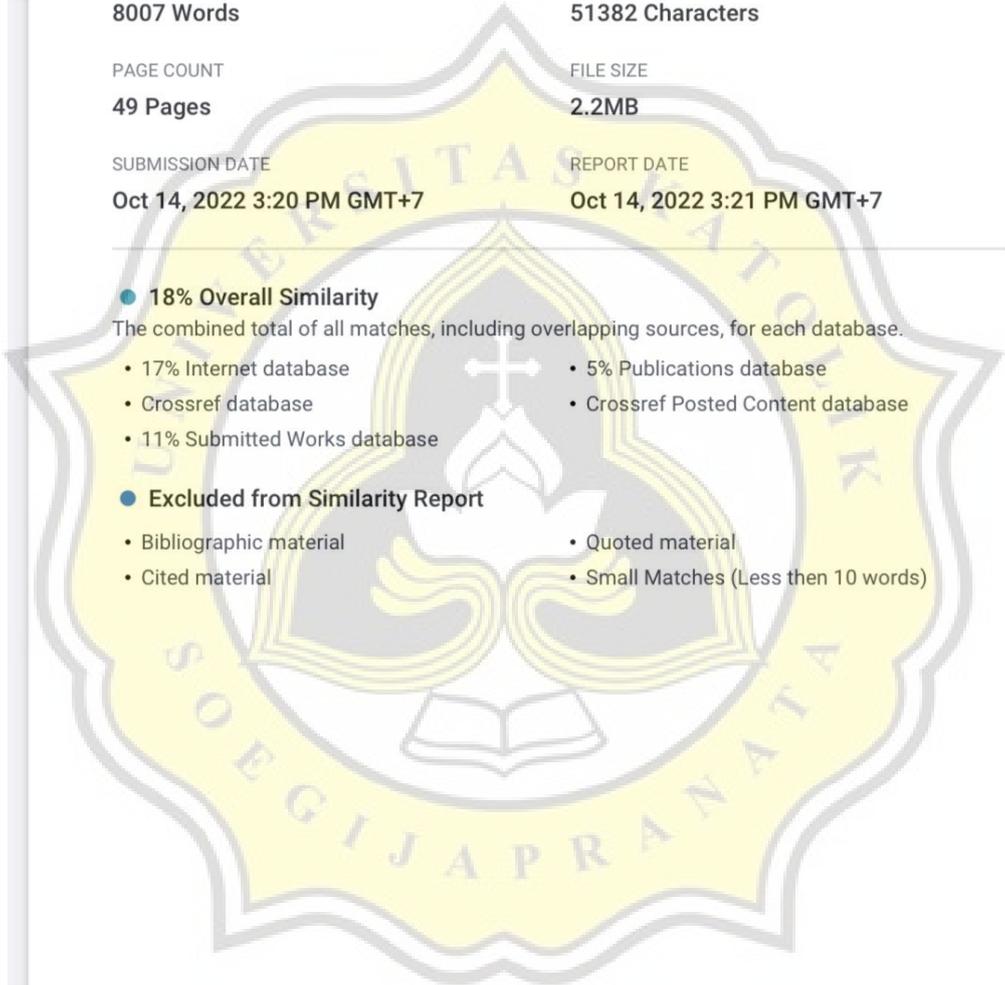
“Ada mas, mulai dari followers kami di Instagram bertambah, dan penjualan kaos band kami bertambah mas, bahkan sampai DM di Instagram tanya untuk pemesanan kaos, ada juga yang tanya mini album fisiknya, bahkan penjualan terbesar kami malah dari kaos band”.

B. Proses Wawancara





C. Bukti Plagiasi



PAPER NAME
Hernandez - FULL - PLAGSCAN.docx

WORD COUNT 8007 Words	CHARACTER COUNT 51382 Characters
PAGE COUNT 49 Pages	FILE SIZE 2.2MB
SUBMISSION DATE Oct 14, 2022 3:20 PM GMT+7	REPORT DATE Oct 14, 2022 3:21 PM GMT+7

● **18% Overall Similarity**
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 17% Internet database
- Crossref database
- 11% Submitted Works database
- 5% Publications database
- Crossref Posted Content database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Cited material
- Quoted material
- Small Matches (Less than 10 words)



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir: : Penerapan Komunikasi Pemasaran Musisi Indie Dalam Aktivitas Bauran
Pemasaran di Koma KAI Terrace Semarang

Diajukan oleh : Hernandez Aldian Y.p

NIM : 18.M1.0156

Tanggal disetujui : 26 Oktober 2022

Telah setuju oleh

Pembimbing 1 : Rotuniar Pasaribu S.S., M.IKom.

Pembimbing 2 : Adrianus Bintang Hanto Nugroho S.E., M.A.

Penguji 1 : Rotuniar Pasaribu S.S., M.IKom.

Penguji 2 : Adrianus Bintang Hanto Nugroho S.E., M.A.

Penguji 3 : Fidelis Aggiornamento Sainio S.Fil., M.IKom.

Ketua Program Studi : Abraham Wahyu Nugroho S.IKom., M.A.

Dekan : Dr. Marcella Elwina Simandjuntak S.H., CN., M.Hum.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.M1.0156