

**STRATEGI PEMASARAN PENYELENGGARAAN EVENT MUSIK
KERONCONG PLESIRAN DI TENGAH PANDEMI TAHUN 2020**

SKRIPSI



disusun oleh

Adelia Kustari Dwitanto

18.96.0793

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKONOMI
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2022**

**STRATEGI PEMASARAN PENYELENGGARAAN EVENT MUSIK
KERONCONG PLESIRAN DI TENGAH PANDEMI TAHUN 2020**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Adelia Kustari Dwitanto

18.96.0793

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKONOMI
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PENYELENGGARAAN EVENT MUSIK
KERONCONG PLESIRAN DI TENGAH PANDEMI TAHUN 2020**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Adelia Kustari Dwitanto

18.96.0793

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 24 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Erfina Nurussa'dah, S.Kom. I., M.I.Kom

NIK. 190302361

PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PENYELENGGARAAN EVENT MUSIK
KERONCONG PLESIRAN DI TENGAH PANDEMI TAHUN 2020**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Adelia Kustari Dwitanto

18.96.0793

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 14 Oktober 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Erfina Nurussa'dah, S.Kom. I., M.I.Kom
NIK. 190302361

Monika Pretty Aprilia, S.I.P., M.Si.
NIK. 190302478

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom
NIK. 190302486

Tanda Tangan

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 14 Oktober 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.
NIK. 190302125

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 14 Oktober 2022



Adelia Kustari Dwitanto

NIM. 18.96.0793

MOTTO

”Nasib memang diserahkan kepada manusia untuk digarap, tetapi takdir harus ditandatangani di atas materai dan tidak boleh digugat kalau nanti terjadi apa – apa, baik atau buruk.”

(Prof. Dr. Sapardi Djoko Damono)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, sata persembahkan hasil perjuangan ini kepada :

1. Tuhan YME yang sudah melimpahkan segala rahmat dan karunianya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
2. Bapak Dwitanto dan Ibu Herlita Soetopo sebagai orangtua dari peneliti yang sudah selalu mendoakan dan mendukung peneliti dalam kelancarannya mengerjakan skripsi.
3. Diska Apri, selaku kerabat peneliti yang sudah mengarahkan peneliti untuk bisa mendapatkan narasumber sebagai pendukung laporan skripsi.
4. Bima Kramawijaya, selaku pengunjung *event* Keroncong Plesiran 2020 yang telah bersedia untuk diwawancarai.
5. Serta teman - teman, Gabriela Mutiara, Angela Ardani, Ruth Sihombing, Maria Grasia yang selalu memberikan peneliti semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur, atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan inspirasi bagi penulis.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bu Rivga Agusta, S.IP. MA. selaku dosen wali IK -06 yang juga sangat membantu memberi pengarahan dan memberi saran sehingga membuat penelitian ini menjadi lebih terarah.
4. Bu Erfina Nurussa'dah, S.Kom. I., M.I.Kom selaku dosen pembimbing laporan skripsi yang sudah bersedia menyediakan waktunya untuk membimbing peneliti dalam menyusun dan menyelesaikan laporan skripsi.
5. Bapak Dwitanto dan Ibu Herlita Soetopo sebagai orangtua dari peneliti yang sudah selalu mendoakan dan mendukung peneliti dalam kelancarannya mengerjakan skripsi.
6. Aloysisya Citra, selaku *Creative dan Marketing Communication* dari Kanakamaya Organizer yang telah memberikan ijin dan bersedia untuk melakukan wawancara untuk penelitian ini.
7. Diska Apri, selaku kerabat peneliti yang sudah mengarahkan peneliti untuk bisa mendapatkan narasumber sebagai pendukung laporan skripsi.
8. Bima Kramawijaya, selaku pengunjung *event* Keroncong Plesiran 2020 yang telah bersedia untuk diwawancarai.

9. Serta kerabat dekat peneliti, Gabriela Mutiara, Angela Ardani, Ruth Sihombing, Maria Grasia yang selalu memberikan peneliti semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.
10. Teman – teman seperjuangan peneliti yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu karena telah memberikan semangat dan dukungan juga kontribusi yang besar bagi peneliti, baik berupa saran maupun dukungan selama penyusunan skripsi hingga selesai

Berkaitan dengan kesempurnaan, peneliti menyadari bahwa skripsi peneliti masih banyak kekurangannya. Peneliti sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran agar skripsi ini menjadi sempurna. Peneliti juga berharap laporan skripsi ini bisa bermanfaat bagi para peneliti selanjutnya yang juga akan menyusun skripsi.

Yogyakarta, 14 Oktober 2022



Adelia Kustari Dwitanto

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
LEMBAR JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
INTISARI.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Akademis	9
1.4.2 Praktis	9
1.5 Sistematika Bab.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	14
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.3 Event.....	15
2.1.4 Event Hybrid.....	11
BAB III.....	29
METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Metode Penelitian	29

3.2	Paradigma Penelitian	29
3.3	Jenis Penelitian	30
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5	Partisipan dan Informan.....	34
3.6	Teknik Analisis Data	35
3.7	Uji Keabsahan Data.....	35
BAB IV		37
HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Subjek Penelitian	37
4.1.1.	Keroncong Plesiran.....	37
4.2	Hasil Penelitian.....	48
4.2.1	Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	34
4.2.2	Perkembangan Industri Event di masa pandemik.....	35
4.2.3	Event Hybrid Keroncong Plesiran 2020.....	38
4.2.4	Peran Pengunjung.....	43
4.3	Pembahasan.....	47
BAB V.....		52
PENUTUP.....		52
5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Saran	
5.2.1	Saran Akademik.....	53
5.2.2	Saran Praktis.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....		54
LAMPIRAN.....		56

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Bagan 2.1 Kerangka Penelitian	26



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran	27



INTISARI

Penelitian ini berjudul “Strategi Pemasaran Penyelenggaraan Event Musik Keroncong Plesiran di Tengah Pandemi Tahun 2020” penelitian ini dilakukan karena adanya ketertarikan dengan proses perubahan konsep penyelenggaraan event yang dilakukan oleh pihak penyelenggara event dari Keroncong Plesiran 2020. Event Keroncong Plesiran ini sudah diselenggarakan pertama kali pada tahun 2018 hingga saat ini. Peneliti melakukan penelitian ini menggunakan teori dari Kotler dan Keller (2016) mengenai *marketing mix* atau bauran pemasaran dan juga teori tiga elemen yaitu teori STP (Segmentasi, Target, Positioning). Saat masa pandemi Covid – 19 melanda seluruh dunia, penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dari penyelenggaraan event musik Keroncong Plesiran tahun 2020 yang diadakan secara *hybrid* di tengah masa pandemi dalam mempertahankan penikmat musik.

Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif dengan wawancara bersama dua partisipan dan juga observasi langsung. Kesimpulan pada penelitian ini sudah melakukan strateginya sesuai dengan teori dari Kotler dan Keller (2016) yaitu teori STP (Segmentasi, Target, Positioning) dan walaupun tidak semua unsur dari *marketing mix* atau bauran pemasaran dilakukan tetapi sudah berhasil dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran dan penyampaian pesan *event* Keroncong Plesiran 2020 ini yang berguna untuk mempertahankan minat penikmat musik. Protokol kesehatan yang sudah dilakukan juga sangat membantu sekali dalam strategi komunikasi pemasarannya melihat memang *event* ini diadakan di tengah masa pandemi sehingga bisa membuat para pengunjung atau penonton bisa datang ke *venue* dengan rasa aman dan nyaman.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, *Event* di tengah pandemi, Keroncong Plesiran 2020.

ABSTRACT

This research is entitled "Marketing Strategy for Organizing the Keroncong Plesiran Music Event in the Midst of the 2020 Pandemic". This research was conducted because of the interest in the process of changing the concept of organizing events carried out by the event organizers from Keroncong Plesiran 2020. This Keroncong Plesiran event was held for the first time in 2018 to date. Researchers conducted this study using the theory from Kotler and Keller (2016) regarding the marketing mix and also the three-element theory, namely the STP (Segmentation, Target, Positioning) theory. When the Covid-19 pandemic hit the whole world, this research was conducted with the aim of knowing the marketing strategy of the 2020 Keroncong Plesiran music event which was held hybridly in the midst of a pandemic in retaining music lovers.

This research method uses a qualitative descriptive approach with interviews with two participants and also direct observation. The conclusion in this study was that the strategy was in accordance with the theory of Kotler and Keller (2016), namely the STP theory (Segmentation, Targeting, Positioning) and although not all elements of the marketing mix were carried out, they had succeeded in implementing marketing communication strategies and delivering messages. This 2020 Keroncong Plesiran event is useful for maintaining the interest of music lovers. The health protocols that have been carried out have also been very helpful in the marketing communication strategy, seeing that this event was indeed held in the midst of a pandemic so that visitors or spectators could come to the venue with a sense of security and comfort.

Keyword: Marketing Communication Strategy, Event in the middle of the pandemic, Keroncong Plesiran 2020.