

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GRUP BAND LOMBA
SIHIR MELALUI MEDIA BARU
(Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Grup
Band Lomba Sihir Melalui Media Baru)**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Vera Halim

20.96.1723

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2024**

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GRUP BAND LOMBA
SIHIR MELALUI MEDIA BARU
(Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Grup
Band Lomba Sihir Melalui Media Baru)**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Vera Halim

20.96.1723

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2024**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Grup Band Lomba Sihir Melalui Media Baru
(Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Grup Band
Lomba Sihir Melalui Media Baru)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:


Vera Halim

20.96.1723

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 19 Januari 2024

Dosen Pembimbing



Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A

NIK. 190302357

PENGESAHAN

SKRIPSI

Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Grup Band Lomba Sihir Melalui Media Baru

(Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Grup Band Lomba Sihir Melalui Media Baru)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Vera Halim

20.96.1723

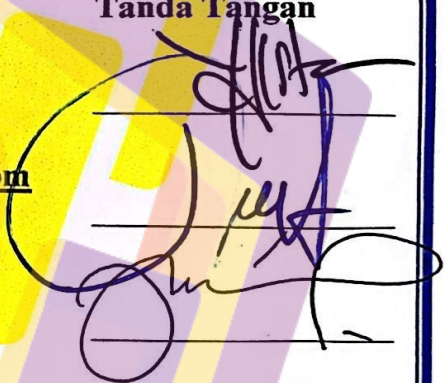
Telah dipertahankan di depan Dewan penguji
Pada tanggal 19 Januari 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

1. **Nurfian Yudhistira, S.Ikom, M.A**
NIK. 190302435
2. **Angga Intueri Mahendra P., S.Sos., M.I.Kom**
NIK. 190302339
3. **Zahrotus Saidah, S.Ikom., M.A**
NIK. 190302448

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 19 Januari 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Lutfhi, S.T., M.Kom

NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi skripsi ini tidak 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 8 Maret 2024



Vera Halim
NIM. 20.96.1723

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan rahmat dan penyertaan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Grup Band Lomba Sihir Melalui Media Baru (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Grup Band Lomba Sihir Melalui Media Baru)**” dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang wajib dilaksanakan sebagai syarat kelulusan untuk menyelesaikan program studi S1 di program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta.

Penelitian dan penulisan ini tidak akan mungkin dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan doa dari orang-orang yang selalu mendukung penulis. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M. Eng selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Yogyakarta.
3. Bapak Nurfian Yudhistira, S.Ikom, M.A selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan waktu selama penyusunan skripsi.
4. Bapak Ibu dosen dan seluruh staff Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan bantuan yang bermanfaat selama menjalankan perkuliahan.
5. Seluruh anggota Lomba Sihir dan team management yang telah bersedia untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan data-data sehingga skripsi ini dapat selesai.
6. Orang tua dan keluarga atas dukungan dan doa yang telah diberikan kepada penulis selama pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi.
7. Fadhil Muhammad Syafei yang senantiasa mendengarkan keluh kesah peneliti, memberi dukungan, motivasi, meluangkan waktu, dan menemani peneliti sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

8. Semua teman-teman dan sahabat saya, Nisya, Yuni, Mba Lily, Kak Abid, dan Kak Adam yang telah membantu memberikan dukungan, pikiran, dan tenaga dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti berharap agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Dan peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang membacanya

Yogyakarta, 08 Januari 2024

Peneliti,

Vera Halim

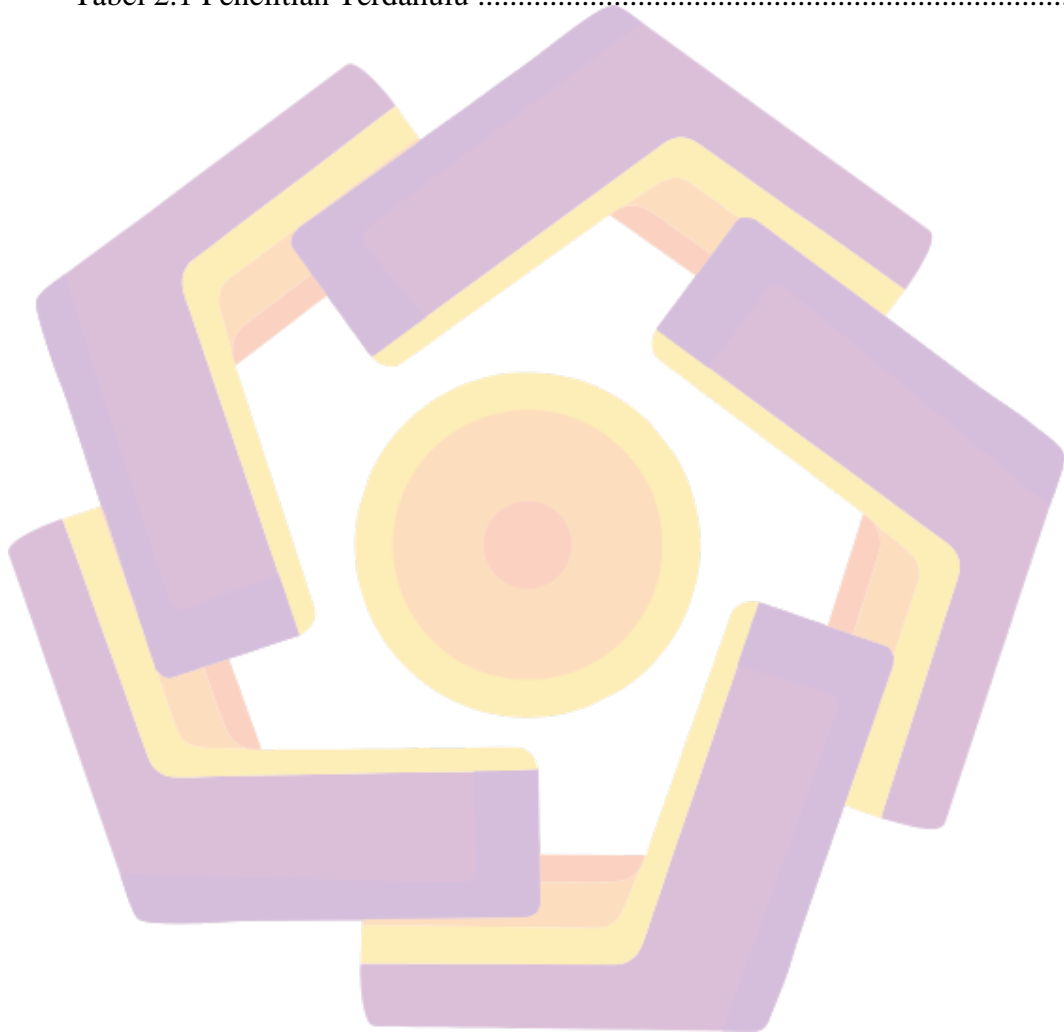
NIM 20.96.1723

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	11
2.3 Kerangka Konsep.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Paradigma Penelitian	22
3.2 Pendekatan Penelitian	23
3.3 Metode Penelitian	23
3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	25
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.6 Waktu Penelitian.....	28
3.7 Teknik Analisis Data	28
3.8 Teknik Keabsahan Data	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Deskripsi Objek	30
4.2 Deskripsi Temuan Penelitian.....	34
4.3 Pembahasan	42
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	54
5.3 Penelitian Selanjutnya.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara Pendengar Lagu Lomba Sihir	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9



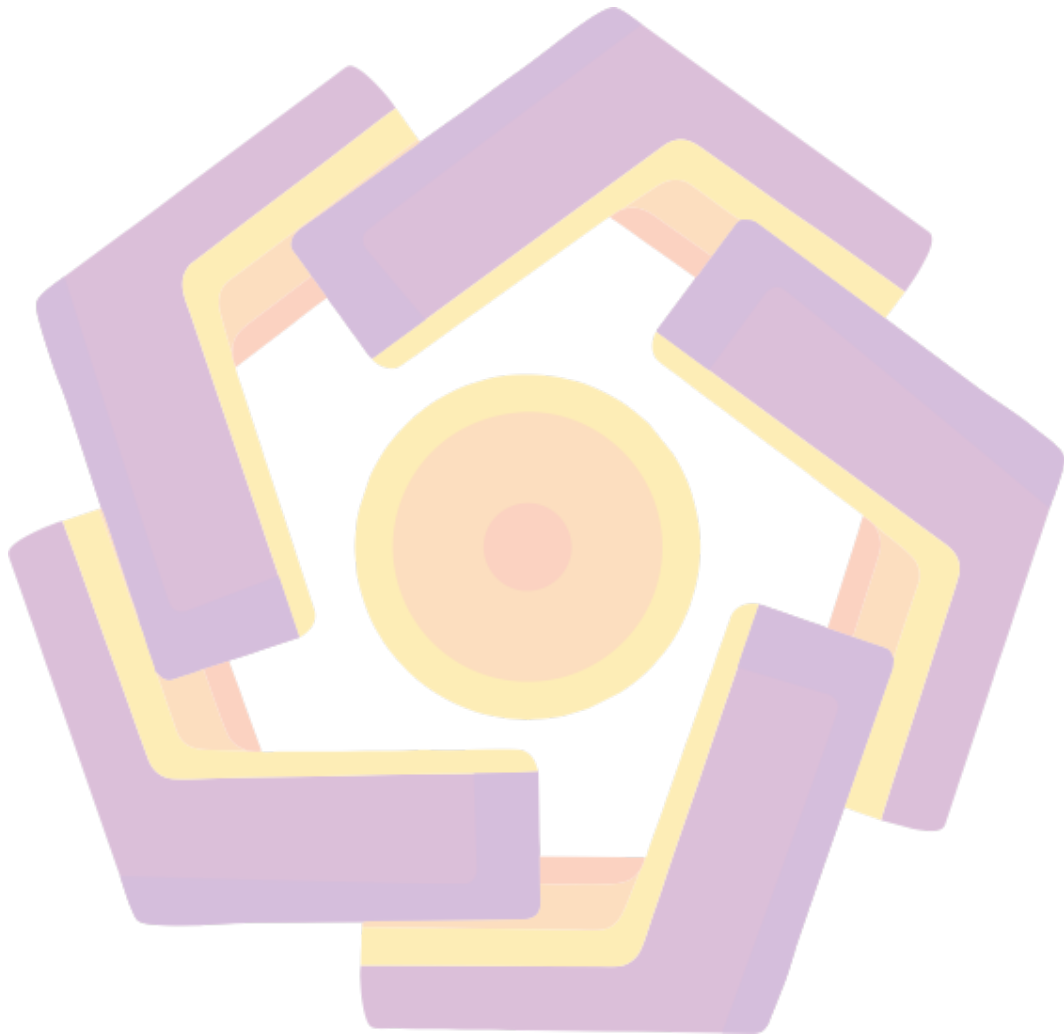
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Cover Album “Selamat Datang di Ujung Dunia.....	31
Gambar 4.2 Formasi Pertama Grup Band Lomba Sihir.....	32
Gambar 4.3 Periklanan Grup Band Lomba Sihir.....	44
Gambar 4.4 Promosi Penjualan Grup Band Lomba Sihir.....	45
Gambar 4.5 <i>Event and Experience</i> Grup Band Lomba Sihir.....	46
Gambar 4.6 Hubungan Masyarakat dan Publisitas Grup Band Lomba Sihir	47
Gambar 4.7 Pemasaran Langsung Grup Band Lomba Sihir.....	48
Gambar 4.8 Pemasaran Interaktif Grup Band Lomba Sihir.....	50
Gambar 4.9 Pemasaran <i>Word of Mouth</i> Grup Band Lomba Sihir	51
Gambar 4.10 Pemasaran Penjualan Personal Grup Band Lomba Sihir	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan	60
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	63
Lampiran 3. Dokumentasi.....	87



ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Grup Band Lomba Sihir Melalui Media Baru (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Strategi Pemasaran Grup Band Lomba Sihir Melalui Media Baru)**”. Judul ini dipilih berdasarkan keingintahuan penulis terhadap strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh grup band Lomba Sihir. Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui sejauh mana grup band Lomba Sihir memanfaatkan media baru sebagai wadah untuk melakukan komunikasi pemasaran kepada audiens. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif didukung dengan wawancara dan dokumentasi. Teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran terpadu. Hasil dari penelitian ini merupakan grup band Lomba Sihir menerapkan dengan cukup maksimal empat elemen dari teori *Integrated Marketing Communication* (IMC) yaitu promosi penjualan, pemasaran langsung, pemasaran initeraktif, dan penjualan personal.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Media Baru, *Integrated Marketing Communication* (IMC)

ABSTRACT

This thesis is entitled "Analysis of Lomba Sihir Band's Marketing Communication Strategy Through New Media (Qualitative Descriptive Study of Lomba Sihir Band's Marketing Strategy Through New Media)". This title was chosen based on the author's curiosity about the marketing communication strategy carried out by the band Lomba Sihir. The purpose of this writing is to find out the extent to which Lomba Sihir band utilizes new media as a forum for marketing communication to the audience. This type of research is qualitative research using descriptive methods supported by interviews and documentation. The theory used in this research uses integrated marketing communication theory. The result of this research is that Lomba Sihir band applies four elements of Integrated Marketing Communication (IMC) theory, namely sales promotion, direct marketing, interactive marketing, and personal selling.

Keywords: Marketing Communication Strategy, New Media, Integrated Marketing Communication