

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dengan selesainya laporan Tugas Akhir yang berjudul “ANALISIS BAURAN PEMASARAN YANG DILAKUKAN OLEH ARTIS MUSIK INDIE DI BANDUNG” karena atas berkat, rahmat dan karunia-Nya maka Penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan baik. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu proses penyelesaian:

1. Bapak Indrawan Tjhin, S.Kom., B.Mus., M.M., M. selaku Dekan Fakultas Ilmu Seni.
2. Ibu Delicia Mandy Nugroho, S.Sn., M.Mus. selaku Ketua Program Studi *Conservatory of Music*.
3. Bapak Yosia Revie Pongoh, S.Sn., M.A. selaku pembimbing akademis dan juga pembimbing Tugas Akhir.
4. Bapak Samuel Y.R. Pongoh, M.Div., M.M. selaku penguji dalam sidang pra Tugas Akhir dan Tugas Akhir.
5. Dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan itu, diharapkan saran dan kritik dari pembaca untuk dapat memberikan masukan yang membangun bagi Penulis terkait penulisan Tugas Akhir ini.

Tangerang, 29 April 2020

Aldo Giovann Haryanto

DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	
ABSTRAK.....	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1. Manfaat Teoritis.....	4
2. Manfaat Praktis.....	5
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	5
BAB 2.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.1. Pengertian Manajemen.....	6
2.1.2. Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.3. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.4. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	8
2.2. Konsep Pemasaran.....	10
2.2.1. Perencanaan Strategis.....	10
2.2.2. Perencanaan Taktis.....	11
2.3. Bauran Pemasaran.....	12
2.3.1. Pengertian Bauran Pemasaran.....	12
2.3.2. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	13
2.4. Industri Musik.....	16
2.4.1. Pengertian Industri Musik.....	16
2.4.2. Aktivitas Industri Musik.....	16
2.4.3. Industri Musik Jalur Utama.....	16
2.4.4. Industri Musik <i>Independent</i> atau <i>Indie</i>	18
2.5. Industri Musik <i>Indie</i> Bandung.....	19
2.5.1. Sejarah Bandung Sebagai Kota Musik.....	19
2.5.2. Kreativitas Yang Mendukung Musisi Indie Di Bandung.....	19
BAB 3.....	21
METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1. Pendekatan Penelitian.....	21
3.2. Subjek Dan Objek Penelitian.....	21
3.3. Instrumen Penelitian.....	22

3.4. Studi Kasus	22
3.5. Metode Pengumpulan Data	23
3.5.1. Wawancara	23
3.5.2. Dokumentasi	25
3.6. Jenis Dan Sumber Data Penelitian	26
3.7. Metodologi Data	27
3.7.1. Perencanaan Data	27
3.7.2. Pelaksanaan Penelitian	27
3.7.3. Analisis Data	28
3.8. Teknik Analisis Data	28
3.9. Validitas Dan Realibilitas Data	28
BAB 4	30
ANALISIS DATA	30
4.1. Promosi (<i>Promotions</i>)	30
4.1.1. Burgerkill	30
4.1.2. Mocca	38
4.1.3. The S.I.G.I.T	42
4.2. Produk (<i>Product</i>)	45
4.2.1. Burgerkill:	48
4.2.2. Mocca	50
4.2.3. The Sigit	53
4.3. Harga (<i>Price</i>)	55
4.4. Distribusi (<i>Place</i>)	58
BAB 5	64
KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran	65
5.2.1. Bagi Manajer Industri Musik	65
5.2.2. Bagi Peneliti Lanjutan	66
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Informan	22
Tabel 3.2 Pedoman Wawancara	23
Tabel 3.3 Pedoman Observasi	26



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Promosi Burgerkill Sosial Media Instagram	32
Gambar 4.2 Promosi Burgerkill Media Tribunnews.....	33
Gambar 4.3 Promosi Burgerkill Media Berita Detik	33
Gambar 4.4 Jadwal Gig Burgerkill di Tokyo, Jepang.....	34
Gambar 4.5 Jumlah pendengar Burgerkill di Spotify	34
Gambar 4.6 Jumlah pendengar bulanan Burgerkill	35
Gambar 4.7 Letak geografis pendengar terbanyak Burgerkill.....	35
Gambar 4.8 Cara promosi Burgerkill.....	36
Gambar 4.9 Album pertama Burgerkill yang dipublikasikan	36
Gambar 4.10 Lagu Mocca yang paling populer.....	39
Gambar 4.11 Lagu Mocca pada tayangan TV Korea Selatan.....	39
Gambar 4.12 Lagu Mocca paling populer saat awal karir	40
Gambar 4.13 Pendengar Mocca di Spotify	41
Gambar 4.14 Lokasi geografis pendengar Mocca terbanyak.....	41
Gambar 4.15 Jumlah pendengar bulanan Mocca	41
Gambar 4.16 Top 5 The S.I.G.I.T	43
Gambar 4.17 Lima lokasi geografis dengan pendengar The S.I.G.I.T paling banyak	44
Gambar 4.18 Jumlah pendengar bulanan The S.I.G.I.T	44
Gambar 4.19 Produk jasa penampilan Burgerkill	47
Gambar 4.20 Produk jasa penampilan Mocca	47
Gambar 4.21 Produk jasa penampilan The S.I.G.I.T	47
Gambar 4.22 Merchandise baju Burgerkill	49
Gambar 4.23 Produk berupa CD Burgerkill	49
Gambar 4.24 Merchandise Burgerkill Chronic Rock	50
Gambar 4. 25 Produk CD Mocca.....	50
Gambar 4.26 Merchandise Mocca	51
Gambar 4.27 Produk Mocca berupa konten kolaborasi di YouTube.....	52
Gambar 4.28 Produk Mocca berupa konten kolaborasi di YouTube.....	52
Gambar 4.29 Produk berupa piringan hitam The S.I.G.I.T	54
Gambar 4. 30 Produk Merchandise The S.I.G.I.T berupa korek api	54
Gambar 4. 31 Pin The S.I.G.I.T	55
Gambar 4.32 Harga CD Burgerkill	57
Gambar 4.33 Harga CD Mocca di BukaLapak	57
Gambar 4. 34 Harga CD, piringan hitam dan merchandise The S.I.G.I.T.....	58
Gambar 4.35 Distributor Utama Burgerkill (DeMajors)	59
Gambar 4.36 Distributor Utama Mocca (DeMajors)	60
Gambar 4.37 Distributor Aktif The S.I.G.I.T (Discogs).....	60
Gambar 4.38 Distribusi melalui distro	61
Gambar 4.39 FFWD sebagai distributor The S.I.G.I.T pertama di Indonesia	61

Gambar 4.40 Instagram sebagai media distribusi langsung Mocca.....62
Gambar 4. 41 Instagram sebagai media distribusi langsung Burgerkill 63
Gambar 4.42 Instagram sebagai media distribusi langsung The S.I.G.I.T 63



DAFTAR LAMPIRAN

HASIL TRANSKRIP WAWANCARA BURGERKILL	A1
HASIL TRANSKRIP WAWANCARA MOCCA	A7
HASIL TRANSKRIP WAWANCARA THE SIGIT	A25
TABEL CODING WAWANCARA	A32

