

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian	12
1.6 Sistematika Penelitian.....	12
BAB II OBJEK PENELITIAN.....	15
2.1 Objek Penelitian.....	15
2.1.1 Spotify The Sounds Project	23
2.1.2 Website www.thesoundsproject.com	25
2.1.3 Toko Merchandise @tokosonsprojek	26
2.2 Subjek Penelitian	27
2.2.1 The Sounds Project.....	28

2.2.2 Kampanye Mempertahankan <i>Brand Awareness</i> oleh The Sounds Project	33
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	35
3.1 Definisi Komunikasi	35
3.2 Strategi Komunikasi	37
3.3 Kampanye Komunikasi	38
3.4 Media Sosial	42
3.5 <i>Brand Awareness</i>	46
3.6 Kerangka Pemikiran	51
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	52
4.1 Pendekatan Penelitian	52
4.2 Metode Penelitian	54
4.3 Teknik Pengumpulan Data	55
4.4 Unit Analisis	59
4.5 Informan Kunci dan Informan	59
4.5.1 Kriteria Informan Kunci dan Informan	60
4.5.2 Profil Informan Kunci dan Informan	61
4.6 Metode Analisis Data	63
4.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	65
4.8 Keterbatasan Penelitian	67
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	68
5.1 Hasil Penelitian	68
5.2 Pembahasan	108
5.2.1 Strategi Kampanye #KitaSemuaKangenKonser oleh The Sounds Project	109
5.2.2 Penggunaan Media Sosial	117
5.2.3 Mempertahankan <i>Brand Awareness</i> The Sounds Project	119
5.3 Temuan Penelitian	124
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	125

6.1 Kesimpulan.....	125
6.2 Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN.....	135



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Akumulasi Kasus COVID-19 di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Data Platform Media Sosial yang Sering Digunakan di Indonesia	6
Gambar 1. 3 Instagram The Sounds Project.....	8
Gambar 1. 4 Instagram The Sounds Project.....	8
Gambar 1. 5 Web The Sound Project yang Dituliskan “Kita Semua Kangen Konser” sebagai kampanye yang diusung.....	9
Gambar 2. 1 Tampilan Publikasi <i>Virtual Experience</i>	16
Gambar 2. 2 Tampilan Instagram The Sounds Project.....	18
Gambar 2. 3 Konten “ <i>World Article Festival</i> ”	19
Gambar 2. 4 Tampilan Twitter The Sounds Project.....	20
Gambar 2. 5 Konten <i>Trending</i>	21
Gambar 2. 6 Tampilan Instagram The Sounds Project.....	22
Gambar 2. 7 Tampilan TikTok The Sounds Project.....	23
Gambar 2. 8 Tampilan Spotify The Sounds Project.....	24
Gambar 2. 9 Tampilan Podcast Spotify The Sounds Project	25
Gambar 2. 10 Tampilan Website www.thesoundsproject.com	26
Gambar 2. 11 Tampilan Instagram @tokosonsprojek.....	27
Gambar 2. 12 Logo The Sounds Project	29
Gambar 2. 13 Bagan Struktural The Sounds Project.....	29
Gambar 2. 14 Diagram Jumlah Pertumbuhan Audiens The Sounds Project.....	31
Gambar 2. 15 Tabel Jumlah Audiens Pre-Festival dan Concert Program The Sounds Project	32
Gambar 2. 16 Penggunaan Tagar Kampanye Pada Salah Satu Unggahan Sosial Media	34
Gambar 3. 1 Data Waktu yang Dihabiskan Pada Media	44
Gambar 3. 2 Grafik Media Sosial Paling Populer di Indonesia	45

Gambar 3. 3 <i>The Awareness Pyramid</i>	46
Gambar 3. 4 <i>The Value of Brand Awareness</i>	48
Gambar 3. 5 Kerangka Berpikir	51
Gambar 5. 1 Tujuan dan Latar Belakang The Sounds Project	70
Gambar 5. 2 <i>Virtual Experience</i> The Sounds Project.....	76
Gambar 5. 3 Poster Harga <i>Virtual Experience</i>	77
Gambar 5. 4 <i>Hashtag</i> Pada Konten Sebagai Aktivitas Dalam Kampanye.....	78
Gambar 5. 5 Foto <i>throwback</i> dari penyanyi “Pamungkas” saat di The Sounds Project Vol. 4	81
Gambar 5. 6 Konten Organik baru The Sounds Project bernama “ <i>World Festival Article</i> ”	82
Gambar 5. 7 Konten _____ (nama artis) Punya Playlist	83
Gambar 5. 8 Konten <i>Live From The Festival</i> pada YouTube The Sounds Project.....	86
Gambar 5. 9 Konten Music Talks pada YouTube The Sounds Project.....	87
Gambar 5. 10 Konten <i>Fancam</i> pada YouTube The Sounds Project	88
Gambar 5. 11 Konten <i>Fancam</i> pada YouTube The Sounds Project	89
Gambar 5. 12 Konten yang Sedang <i>Trending</i> di Twitter	90
Gambar 5. 13 Konten TikTok	92
Gambar 5. 14 Playlist The Sounds Project.....	93
Gambar 5. 15 Diagram Jumlah Pertumbuhan Audiens The Sounds Project.....	100
Gambar 5. 16 DM Instagram The Sounds Project	101
Gambar 5. 17 Kolom Komentar Instagram The Sounds Project.....	102
Gambar 5. 18 <i>Insight</i> pada salah satu media sosial (Instagram) The Sounds Project .	105
Gambar 5. 19 Tampilan <i>Virtual Experience</i> The Sounds Project	115
Gambar 5. 20 <i>The Awareness Pyramid</i>	121
Gambar 5. 21 <i>Tweet</i> Mengenai Orang-orang yang Rindu Menonton Festival Musik The Sounds Project	123
Gambar 5. 22 Temuan Penelitian	124

DAFTAR TABEL

Tabel 5. 1 tabel informan terkait dengan Latar Belakang dan Tujuan The Sounds Project.	68
Tabel 5. 2 tabel informan terkait dengan Masalah Sosial yang Terjadi Akibat Covid-19.	71
Tabel 5. 3 tabel informan terkait Kampanye #KitaSemuaKangenKonser oleh The Sounds Project di Tengah Pandemi Covid-19.	73
Tabel 5. 4 tabel informan terkait Aktivitas Kampanye #KitaSemuaKangenKonser oleh The Sounds Project.	74
Tabel 5. 5 tabel informan terkait Konten Media Sosial.	78
Tabel 5. 6 tabel informan terkait dengan Platform yang Sering Digunakan Dalam Aktivitas Kampanye.	83
Tabel 5. 7 tabel informan terkait Konten YouTube.	84
Tabel 5. 8 tabel informan terkait Konten Twitter.	88
Tabel 5. 9 tabel informan terkait Konten TikTok.	91
Tabel 5. 10 tabel informan terkait Konten Spotify.	92
Tabel 5. 11 tabel informan terkait Aktivitas Kampanye yang Memiliki Banyak Audiens.	94
Tabel 5. 12 tabel informan terkait Jangka Waktu Kampanye.	95
Tabel 5. 13 tabel informan terkait Target Audiens The Sounds Project dan Kampanye #KitaSemuaKangenKonser.	96
Tabel 5. 14 tabel informan terkait Mempertahankan <i>Brand Awareness</i> di Tengah Pandemi Covid-19.	97
Tabel 5. 15 tabel informan terkait Hal yang diperoleh dari Kampanye The Sounds Project.	102
Tabel 5. 16 tabel informan terkait Tolok Ukur Kampanye.	104
Tabel 5. 17 tabel informan terkait Tantangan yang dihadapi oleh The Sounds Project.	106

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir	A - 1
Surat Permohonan Izin Penelitian	A - 2

LAMPIRAN B

Pertanyaan Wawancara Informan	B - 1
Transkrip Wawancara 1	B - 6
Transkrip Wawancara 2	B - 26
Transkrip Wawancara 3	B - 44
Transkrip Wawancara 4	B - 62
Lembar Keaslian	B - 84
<i>Curriculum Vitae</i>	B - 85

