



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MUSIK INDEPENDEN
ALBUM “*GENERATION Y*” KUNTO AJI**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Erika Dyah Lestari

NIM : 14030114130084

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2019**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Erika Dyah Lestari
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030114130084
3. Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta / 14 Juni 1996
4. Jurusan / Program Studi : Ilmu Komunikasi
5. Alamat : Jl. Blok Sawo IV No. 61 RT 02/ RW 03,
Cipayung, Cipayung, Depok, Jawa Barat.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul :

**Strategi Komunikasi Pemasaran Musik Independen Album “Generation Y”
Kunto Aji.**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggungjawab.

Semarang, 6 September 2019
Pembuat Pernyataan;

Erika Dyah Lestari
NIM. 14030114130084

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Musik Independen Album
"Generation Y" Kunto Aji.
Nama Penyusun : Erika Dyah Lestari
NIM : 14030114130084
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 24 September 2019

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP.
NIP. 19640827 199001 1 001

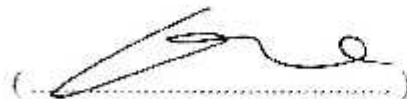
Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin
NIP. 19690822 199403 1 003

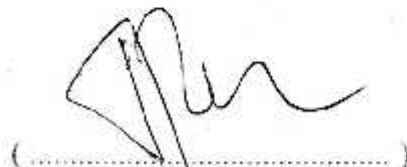
Dosen Pembimbing :

1. Dr. Nurul Hasfi, S.Sos, MA




Dosen Penguji Skripsi :

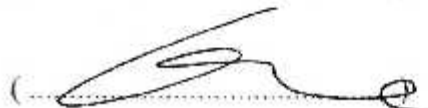
1. Dr. Turnomo Rahardjo, M.Si



2. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si



3. Dr. Nurul Hasfi, S.Sos, MA



HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(Surat Asy-Syarh ayat 5-6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Adapun penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik karena bantuan, bimbingan, dukungan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang baik ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih dan mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Allah SWT atas limpahan berkat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan maksimal.
2. Kedua orang tua penulis, Papa dan Mama, yang sangat penulis cintai. Terima kasih atas segala dukungan, semangat, dan doa yang tak pernah berhenti untuk penulis. Terima kasih sudah selalu bangga dengan penulis.
3. Kedua adik penulis, Amel dan Kaniya, yang sangat penulis cintai. Terima kasih atas segala dukungan, semangat dan doa yang terbaik untuk penulis.
4. Dr. Nurul Hasfi, S. Sos, MA selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas bimbingan, arahan, nasihat dan kesabarannya yang senantiasa diberikan kepada penulis dari awal pemilihan topik hingga akhir penulisan skripsi. Serta terima kasih sudah mau menjadi dosen yang mau mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penulisan skripsi.
5. Agus Naryoso, S.Sos, M.Si dan Dr. Turnomo Rahardjo, M.Si selaku dosen penguji skripsi. Terima kasih atas segala dukungan, bimbingan, dan saran yang membangun selama proses penulisan skripsi.
6. Djoko Setyabudi, S.Sos, M.M selaku dosen pembimbing magang. Terima kasih atas bimbingan, dukungan, dan saran saat pembuatan awal penulisan skripsi.

7. Fakhri Rahmanda. Terima kasih sudah memberikan dukungan, saran, dan menemani penulis dari awal sampai sekarang. Terima kasih sudah mau berjuang bersama.
8. Icha Firdaus dan Nikita Putri. Terima kasih atas doa dan dukungan, serta sudah menjadi sahabat terbaik untuk penulis dari awal perkuliahan sampai sekarang.
9. My Cems! Ajeng Sayang, Dwindi Ndung, Zahra dan Nindy. Terima kasih atas doa dan dukungan, serta sudah menjadi sahabat terbaik untuk penulis sejak awal perkuliahan sampai sekarang.
10. Hasna Aulia dan Gede Pradipa. Terima kasih atas dukungan dan doa, serta menjadi sahabat terbaik untuk penulis sejak SD dan SMP sampai sekarang.
11. Ghuzat Aditya, Halimah dan Lani Kurnia Sari. Terima kasih sudah menjadi sepupu tersayang yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk penulis.
12. Seluruh Keluarga Besar. Terima kasih sudah memberikan dukungan dan doa yang tiada henti untuk penulis.
13. Kukuh, Aditya, Adibuttaqi, Kholis, Natasya, Faya, Ocha, Tian, Kak Amel, Fasya, Amel, Vando, Kak Jefri. Terima kasih atas doa dan dukungan, serta sudah menjadi teman-teman tersayang penulis selama di perkuliahan ini.
14. Erri Fadjar, Ghina Anisah, Alya Zurayya, Gemadipada, Aryo, Patra dan Fadil. Terima kasih sudah menjadi teman-teman tersayang penulis yang memberikan doa dan dukungan, serta ilmu baru dari bidang kalian masing-masing.

15. Kak Kunto Aji, Kak Novan, Kak Hernu, Mas Donny, dan anak-anak *homeband* Kunto Aji. Terima kasih sudah memberikan dukungan, doa, dan membantu penulis sejak magang hingga penulisan skripsi.
16. Teman-teman HMJ Ilmu Komunikasi, UPK Globies dan UKM Basket Undip. Terima kasih atas dukungan dan doa untuk penulis.
17. Teman-teman Komunikasi 2014, atas bantuan, waktu-waktu perkuliahan yang menyenangkan, dan pengalaman yang tidak terlupakan. Sukses untuk kita semua.
18. Terima kasih juga kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas dukungan, doa, semangat yang diberikan kepada penulis.

ABSTRAKSI

Judul: Strategi Komunikasi Pemasaran Musik Independen “Album Generation Y” Kunto Aji.

Industri musik Indonesia merupakan ladang para musisi untuk memperkenalkan karyanya. Untuk bisa bersaing dan berkembang di industri musik Indonesia, para musisi memilih untuk bergabung dengan label komersial ataupun label independen. Untuk musisi yang memilih untuk bergabung dengan label komersial lebih mudah untuk memasarkan karyanya karena bantuan dari label tersebut. Akan tetapi, untuk musisi yang memilih label independen harus memiliki usaha yang lebih untuk bisa memasarkan karyanya. Tidak sedikit juga musisi yang memilih jalur independen tidak bisa bersaing dengan musisi lainnya. Kunto Aji merupakan salah satu musisi yang memilih jalur independen dan bisa bersaing dengan musisi lain yang memilih label komersil. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Kunto Aji dalam memasarkan album Generation Y melalui jalur independen, sehingga bisa bertahan di industri musik Indonesia.

Penelitian ini menggunakan Analisis SOSTAC dan Teknik Komunikasi Persuasif, disertai jurnal-jurnal penelitian terdahulu untuk menjelaskan hasil penelitian tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif serta analisis kualitatif domain. Data yang diperoleh menggunakan metode wawancara dan observasi partisipan dengan Kunto Aji, beberapa tim manajemen Kunto Aji dan penggemar Kunto Aji.

Hasil penelitian ini merupakan analisis dari komunikasi pemasaran analisis SOSTAC dengan adanya semangat kolaborasi sampai *digital platform* yang digunakan. Serta penggunaan Teknik Komunikasi Persuasif yang membuat kedekatan *intimate* dengan para penggemar Kunto Aji. Selain itu, Kunto Aji dan tim manajemen adalah sebuah manajemen yang berjalan secara independen. Dengan adanya kedekatan yang terjalin antara Kunto Aji dan para penggemarnya, sebagai bukti tindakan loyalitas para penggemar tidak hanya membeli album Generation Y saja, melainkan memberikan *art work* maupun mengcover lagu Kunto Aji dari album Generation Y. Selain itu Kunto Aji juga mendapatkan penghargaan baik dalam dan luar negeri. Rekomendasi yang diberikan untuk Kunto Aji dan tim manajemen, antara lain lebih konsisten dalam menjalankan kegiatan Temu Akhir Bulan untuk tetap mempertahankan *intimate* yang terjalin dengan penggemar, membuat inovasi yang unik dan kreatif untuk karya-karya selanjutnya, serta semakin membuat karya yang dekat dengan penggemarnya.

Kata Kunci : Industri Musik Indonesia, Label Musik Independen, Analisis SOSTAC, Teknik Komunikasi Persuasif, *Digital Platform*.

ABSTRACT

ABSTRACT

Title: Marketing Communication Strategy of Independent Music Singer Kunto Aji's "Generation Y" Album.

Music industry has become one of the fastest growing industry in Indonesia. There are a few options of recording company for aspiring artist to choose, but the most common on recent recording industry are Major record label and Indie (short for Independent) label. Major record label is defined as a label that commands a high percentage of annual record sales, and can publish, distribute, and market its own content. On the contrary, most of Indie label doesn't have a huge funding, therefore it has to operate their own publishing, distribution and marketing by collaborating with other smaller companies. Kunto Aji is among many Indonesian artist who has chosen to build his career under the Indie record label. This study aims to find out what marketing communication strategies he had to sell his latest album "Generation Y".

This qualitative research used the basic concept of SOSTAC Analysis and Persuasive Communication Technique along with previous journals to explain the research findings. Qualitative descriptive approach and domain-qualitative analysis had also been used to further analysed the findings in this research. The data of the research was collected through series of interviews and observations of Kunto Aji himself, his label management and his fans.

The result of this study shows that there was a digital platform utilization and an intimate fans-artist relationship development analysed with SOSTAC Analysis and Persuasive Communication Technique respectively. Kunto Aji owns an Indie recording label that he managed with his management team. The study found that establishing an intimate relationship between Kunto Aji and his fans had have effects on many aspects, such as improved level of loyalty among his fans. The fans showed their 'loyalty' by supporting Kunto Aji's work, from buying his latest album called Generation Y and his art works, to covering his songs then posting it on social media. The constant support that the fans gave also had contributed in Kunto Aji winning many awards both in Indonesia and International. There are some suggestions researcher would like to give to Kunto Aji and his management, such as to improve consistency at conducting events like "Temu Akhir Bulanan" to maintain fans-artist intimacy and to incorporate more creative and unique innovation in his upcoming work.

Key Words: Indonesia Music Industry, Independent Music Label, SOSTAC Analysis, Persuasive Communication Technique, Digital Platform.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Musik Independen “Album Generation Y” Kunto Aji.”** Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi bagi mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Skripsi yang telah disusun ini terdiri dari lima bab. Bab pertama berisi uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, kerangka pemikiran teoritis, operasionalisasi konsep, dan metode penelitian. Bab kedua berisi uraian gambaran umum mengenai industri musik Indonesia, Kunto Aji serta manajemen Kunto Aji yang berdiri secara independen. Bab ketiga berisi deskripsi hasil penelitian data studi kasus yang didapatkan melalui metode wawancara mendalam terhadap beberapa informan yang menjadi narasumber. Bab keempat berisi analisis menggunakan metode studi kasus penjodohan pola pada Strategi Komunikasi Pemasaran Kunto Aji dan album Generation Y. Bab kelima menutup hasil penelitian dengan penarikan kesimpulan serta pemberian saran untuk seluruh pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai sarana dalam menambah kajian di bidang akademik, sebagai rujukan para musisi yang ingin memulai karir di jalur independen, serta memberikan pengetahuan baru kepada masyarakat mengenai strategi komunikasi pemasaran yang tepat dalam berkarir di Industri musik Indonesia melalui jalur independen.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk dapat menyempurnakan skripsi ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Semarang, 6 September 2019

Penulis,

Erika Dyah Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Rumusan Masalah	8
1.3	Tujuan Penelitian	10
1.4	Signifikansi Penelitian	10
1.4.1	Signifikansi Akademik	10
1.4.2	Signifikansi Praktis	10
1.4.3	Signifikansi Sosial	11
1.5	Kerangka Pemikiran Teoritis	11
1.5.1	Paradigma Penelitian	11
1.5.2	<i>State of the Art</i>	12
1.5.3	Komunikasi Pemasaran dalam Musik Independen	16
1.5.4	Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kunto Aji	18
1.5.5	Analisis SOSTAC	19
1.5.6	Teknik dalam Komunikasi Persuasif	23
1.6	Operasionalisasi Konsep	24
1.6.1	Analisis SOSTAC	24
1.6.2	Teknik dalam Komunikasi Persuasif	27
1.7	Metode Penelitian	27
1.7.1	Desain Penelitian	27
1.7.2	Subjek Penelitian	28
1.7.3	Sumber Data	28
1.7.3.1	Data Primer	28
1.7.3.2	Data Sekunder	28

1.7.4	Teknik Pengumpulan Data	29
1.7.5	Analisis dan Interpretasi Data	31

BAB II INDUSTRI MUSIK INDONESIA, KUNTO AJI DAN MANAJEMEN INDIE KUNTO AJI

2.1	Industri Musik Indonesia.....	33
2.1.1	Industri Musik Indonesia	33
2.2	Kunto Aji dan Manajemen Indie Kunto Aji	34
2.2.1	Kunto Aji	34
2.2.2	Manajemen Indie Kunto Aji	36
2.2.3	Media Sosial Kunto Aji	38
2.2.4	Album Generation Y – Kunto Aji	43

BAB III STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MUSIK INDEPENDEN “ALBUM GENERATION Y” KUNTO AJI

3.1.	Analisis SOSTAC	48
3.1.1	<i>Situation</i>	52
3.1.2	<i>Objectives</i>	55
3.1.3	<i>Strategy</i>	56
3.1.4	<i>Tactics</i>	58
3.1.4.1	<i>Personal Selling: Self Marketing</i>	58
3.1.4.2	Promosi Penjualan: <i>Digital Marketing Collaboration</i>	61
3.1.4.3	<i>Public Relations: Press Release Media</i>	67
3.1.4.4	<i>Direct Marketing: Traktir Akhir Bulan</i>	69
3.1.5	<i>Action</i>	77
3.1.6	<i>Control</i>	79
3.2.	Teknik Komunikasi Persuasif	81
3.2.1.	<i>Motivational Appeal: “Pengingat” – Lagu Motivasi dari Kunto Aji</i>	81
3.2.2.	<i>Humorous Appeal: “Bercanda” – Pendekatan Kunto Aji untuk Para Penggemar</i>	85

BAB IV ANALISIS DOMAIN KUALITATIF KUNTO AJI DAN ALBUM GENERATION Y

4.1	Kunto Aji dan Album Generation Y	93
4.1.1	Kunto Aji	93
4.1.2	Album Generation Y	100

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	109
5.2	Rekomendasi.....	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Annual Sony/Universal/Warner Recorded Music Global Revenue Share (%)	2
Gambar 2.1	Logo Manajemen Indie Kunto Aji	36
Gambar 2.2	Struktur Kunto Aji Management	38
Gambar 2.3	Halaman Profile Akun Instagram @kuntoajiw.....	40
Gambar 2.4	Halaman Profil Akun Instagram @kuntoajiupdates	40
Gambar 2.5	Akun Twitter Resmi Kunto Aji	41
Gambar 2.6	Laman Website Kunto Aji (www.kuntoaji.com)	42
Gambar 2.7	Akun Youtube Resmi Kunto Aji	42
Gambar 2.8	<i>Chapter Line</i> Album Generation Y Kunto Aji	43
Gambar 2.9	<i>Custom Artwork</i> di Album Generation Y	44
Gambar 2.10	Boxset Album Generation Y Limited at bobobobo.com	45
Gambar 2.11	Opsi Pembelian Album melalui Fitur Go-Mart dalam Aplikasi Gojek	45
Gambar 2.12	Kunto Aji Mengantarkan Album ke Penggemar menggunakan Gojek	46
Gambar 2.13	CD Pack Album Generation Y di blibli.com	46
Gambar 3.1	<i>Cover</i> album Generation Y.....	54
Gambar 3.2	Kunto Aji Melakukan Penjualan secara Langsung dan Foto Bersama Penggemar	59
Gambar 3.3	<i>Cover</i> lagu-lagu di Album Generation Y.....	60
Gambar 3.4	Promosi Kunto Aji – Generation Y dengan Go-Jek Indonesia ..	62
Gambar 3.5	Kunto Aji Menjadi <i>Driver</i> Go-Jek untuk Mengantarkan Album Generation Y.....	63
Gambar 3.6	Promosi Kunto Aji – Generation Y dengan Samsung Indonesia	63
Gambar 3.7	Promosi Kunto Aji – Generation Y dengan Blibli.com	64
Gambar 3.8	Promosi Kunto Aji – Generation Y dengan bobobobo.com	65

Gambar 3.9	Penjualan Album Generation Y di Toko Jakarta dan Bandung	66
Gambar 3.10	Penjualan Album Generation Y di Toko Yogyakarta	66
Gambar 3.11	Penjualan Album Generation Y di Toko Surabaya dan Bali	67
Gambar 3.12	Piknik Akhir Bulan Kunto Aji	71
Gambar 3.13	Kece Akhir Bulan bersama Kunto Aji	72
Gambar 3.14	Nonton Akhir Bulan bersama Kunto Aji	73
Gambar 3.15	Temu Akhir Bulan Bogor bersama Kunto Aji	74
Gambar 3.16	Album Generation Y di JOOX & Spotify.....	75
Gambar 3.17	Album Generation Y di Apple Music & Deezer	76
Gambar 3.18	Album Generation Y di Youtube // Terlalu Lama Sendiri dan Ekspektasi	77
Gambar 3.19	Poster <i>Intimate Tour 3 Cerita 1 Ruang – Kunto Aji</i>	78
Gambar 3.20	<i>Intimate Tour 3 Cerita 1 Ruang – Kunto Aji</i>	79
Gambar 3.21	Terlalu Lama Sendiri- Kunto Aji	80
Gambar 3.22	<i>Art work</i> Lagu Peningat	82
Gambar 3.23	Instastory Kunto Aji	87
Gambar 3.24	Instagram post Kunto Aji 1.....	88
Gambar 3.25	Instagram post Kunto Aji 2.....	89
Gambar 3.26	Akun Instagram Kol Goreng Kunto Aji	90
Gambar 3.27	Akun Twitter Kunto Aji	91
Gambar 4.1	Penghargaan Kunto Aji	94
Gambar 4.2	Salah satu <i>brand</i> lokal yang bekerjasama dengan Kunto Aji.....	95
Gambar 4.3	Poster <i>intimate tour</i> Kunto Aji.....	96
Gambar 4.4	Piknik Akhir Bulan Kunto Aji	97
Gambar 4.5	Kece Akhir Bulan Kunto Aji	97
Gambar 4.6	Nonton Akhir Bulan Kunto Aji	98
Gambar 4.7	Temu Akhir Bulan Bogor Kunto Aji ...	98
Gambar 4.8	Apresiasi <i>Artwork</i> dari Fans Kunto Aji 1.....	99
Gambar 4.9	Apresiasi <i>Artwork</i> dari Fans Kunto Aji 2.....	99

Gambar 4.10	<i>Chapter Line</i> album Generation Y	100
Gambar 4.11	Cover album Generation Y	101
Gambar 4.12	Cover lagu-lagu album Generation Y	102
Gambar 4.13	<i>Custom Artwork</i> di Album Generation Y	103
Gambar 4.14	Promosi Kunto Aji – Generation Y dengan Go-Jek Indonesia ..	104
Gambar 4.15	Kunto Aji Menjadi <i>Driver</i> Go-Jek untuk Mengantarkan Album Generation Y	104
Gambar 4.16	Promosi Kunto Aji – Generation Y dengan Samsung Indonesia	105
Gambar 4.17	Promosi Kunto Aji – Generation Y dengan bobobobo.com	105
Gambar 4.18	Penjualan Album Generation Y di Toko Jakarta dan Bandung	106
Gambar 4.19	Penjualan Album Generation Y di Toko Yogyakarta	106
Gambar 4.20	Penjualan Album Generation Y di Toko Surabaya dan Bali	107
Gambar 4.21	Penggemar mengcover lagu Ekspektasi – Kunto Aji	108
Gambar 4.22	Album Generation Y- DIY penggemar	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Koding Wawancara

Lampiran 2 *Press Release* Kunto Aji

Lampiran 3 Panduan Wawancara

Lampiran 4 Transkrip Kunto Aji

Lampiran 5 Transkrip Novan

Lampiran 6 Transkrip Ika

Lampiran 7 Transkrip Hernu