

Aktivitas Komunikasi Pemasaran Studio Recording Fourtone Studio

(Studi Deskriptif Aktivitas Komunikasi Pemasaran *Fourtune Studio* Dalam
Memperluas Cakupan Pasar Pada Tahun 2010)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

R. NOORMAN WICAKSONO (2007 053 0043)

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan disahkan di hadapan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 10 April 2012
Tempat : Ruang Rapat Ilmu Komunikasi
Nilai :



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)
Tanggal 10 April 2012

Aswad Ishak, S.IP, M.Si

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



*Tak ada hal sempurna tanpa sebuah proses
&
Tak ada cita-cita tanpa sebuah mimpi*

Penulis Menghaturkan Banyak Terimakasih kepada :

- 🥁 ALLA SWT, atas segala nikmat dan karunianya-Nya yang tidak terhitung jumlahnya**
- 🥁 Nabi Muhammad atas segala pencerahan untuk kita semua**
- 🥁 KH. Ahmad Dahlan selaku pendiri Muhammadiyah**
- 🥁 Bapaku Surajiman dan Mamaku Sri Noor Indrasih selaku Sponsor Utama dalam kehidupan penulis**
- 🥁 Masku Raden Noorman Windarto. SH selaku sponsor pendamping bagi kehidupan sang penulis**
- 🥁 Masku Raden Noorman Sulistio atas tingkah lakunya yang membuat penulis semangat untuk hidup mejadi yang lebih baik lagi**
- 🥁 Keluarga Besar Sastronegoro atas doa dan semangatnya kepada Penulis**
- 🥁 Keluarga Besar Panembahan Ihwan Mughofir, Ryma, Taufik Putra Juniarta Ariska dan Maluna Sarif Hidayatullah**
- 🥁 Keluarga Besar RS.Wirosaban Jogja yang telah senantiasa merawat Penulis, Dr. Endang, Dr. Ning dan Para Perawat**
- 🥁 Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si atas bimbingannya dalam mengerjakan Skripsi ini**
- 🥁 Bapak Haryadi Arif dan Mas Zein atas kesedianya menjadi penguji bagi Punulis**
- 🥁 Putri Ariestika dan Keluarga terimakasih atas doa dan dukunganya**

- 🥁 **Keluarga Besar Kesultanan Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat atas segala inspirasi-inspirasinya**
- 🥁 **Keluarga Janturan 30 Mas Heri Machan dan Mami yang telah memberi pengaruh besar dalam kehidupan Penulis**
- 🥁 **Antero Ideawork : Mas Rijal, Mas Muji, Mas Krisna, A'A, Tete, Olet, Utte**
- 🥁 **Mala terimakasih atas cover so7nya**
- 🥁 **Kontrakan Kweni : Kak Dim, Unyil, Mbul, Gus Risal**
- 🥁 **Mas Saiful yang telah menjadi guru Spiritual Penulis**
- 🥁 **Mas Ferry efka dan keluarga yang telah mengiklaskan Perusahaannya Di teliti Oleh penulis**
- 🥁 **FIX management : Asep, Opan, Lutfi, Febry, Ponda, Hedda, Abim, Ferina atas doa dan suportnya**
- 🥁 **Jajaran Pejabat Jurusan Ilmu Komunikasi UMY: Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si and The Gank**
- 🥁 **Teman Fix Diseluruh Indonesia Terimakasih atas dukunganya**
- 🥁 **Kawan Ilmu Komunikasi 07 khususnya Advert 07 Rika, Nijar, pito, dkk**
- 🥁 **Penghuni kos zahra 2008-2012**
- 🥁 **Seluruh Karyawan RBTv**
- 🥁 **Jalu Production : Jalu, petruk, tepo, kawer, lempeng, sogol**
- 🥁 **Avi latifah yang telah menjadi motivator dalam kehidupan sang penulis**
- 🥁 **Para Alumnus Pengisi Hati : Azka, Dwi, Sari, Hesty, Rizka, Unta, Nilam suatu saat nanti kalian pasti akan menyesal.**

- 🥁 **Ruby family: Andre, Gembul, Yudi**
- 🥁 **Agus dan si'black Jogjatronik yang telah menyelamatkan file-file skripsi dari ancaman-ancaman virus yang tidak masuk akal**
- 🥁 **Para seniman-seniman kota yogyakarta : Untung Basuki, Knyut Kubro, Memet chairul Slamet, ibu made, dkk**
- 🥁 **Sosro comunity : Mas poer, mas seno, patub, kater, teman-teman KPJM**
- 🥁 **Anak – anak band yang sedikit serius : Fai, Helmy, Tomo, mas tam, dkk**
- 🥁 **Teman-teman nocturno ; Mas agus, pak koko, pak arif, mas danar.**
- 🥁 **Balamuda Tamansari : penyo, oky, om agus, mbah benu, dkk**
- 🥁 **Teman-teman Teater Tangga yang telah sedikit mengajarkan tentang dunia teater**
- 🥁 **Angkringan Azis yang telah memberikan logistik bagi kehidupan penulis**
- 🥁 **Teman-teman Alumni SMA Tirtinirmolo 07**
- 🥁 **Teman-teman Alumni SMP 1 Kasihan Bantul 04**
- 🥁 **Teman-teman Alumni SD Keputran V Yogyakarta 01**

KATA PENGANTAR

Assalaaamu'alaikum Wr.Wb

Syukur Alhamdulillah penulis persembahkan ke hadirat ALLAH SWT, yang selalu memberikan nikmat, anugrah, hidayat dan kasih sayang-Nya kepada penulis. Tidak lupa pula penulis senantiasa menghaturkan shalawat dan terimakasih kepada raslullah MUHAMMAD SAW yang sudah memberikan pencerahan kepada para keluarga, sahabat serta umatnya sampai akhir jaman kelak.. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Aktivitas Komunikasi Pemasaran Studio Recording Fourtone Studio” sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 pada jurusan ilmu komunikasi fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Selama dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak banyak kesulitan dan hambatan. Namun berkat bantuan, bimbingan dan dorongan baik moral ataupun dari semua pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terimakasih banyak kepada :

1. ALLAH SWT beserta Rasulullah SAW, yang telah memberi inspirasi, motivasi dan kesehatan bagi penulis.
2. Kedua orangtua penulis, yang selalu memberi doa, nasehat dan semangat kepada penulis.
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP,M.Si selaku kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP,M.Si selaku dosen pembimbing yang senantiasa selalu memberi pencerahan dan pengertiannya dalam proses penyusunan Skripsi
5. Bapak Haryadi Arief NR.,S.IP, M.Sc dan Bapak Zein Mufarrih Muktaf, S.IP selaku dosen penguji
6. Mbak Siti (jurusan IK), Pak Jono dan Pak Muryadi (TU IK), Pak Yuni (Perpustakaan IK). Terimakasih banyak atas segala bantuannya
7. Ibu ari, ibu ika dan ibu Yasinta (Pusat Pelatihan Bahasa UMY) atas segala bantuannya
8. Mas Ferry Kurniawan, ade, bangun dan segenap karyawan FOURTONE Studio, terimakasih banyak atas segala bantuan dan kebijaksanaan dalam proses penelitian dan pembuatan skripsi.
9. Kawan-kawan komunikasi UMY angkatan 2007, terutama kawan-kawan Advert07, semangat dan sukses untuk meraih mimpi kita.

Penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna. Maka dari itu penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran bagi pembelajaran di kemudian hari.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta,13 April 2012

R.Noorman Wicaksono

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR

ISI..... ii

DAFTAR

TABEL..... v

DAFTAR

GRAFIK..... vi

DAFTAR GAMBAR..... vii

ABSTRAK..... viii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang

Penelitian..... 1

B. Rumusan

Masalah..... 6

C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori.....	7
1. Komunikasi Pemasaran.....	8
2. Unsur- Unsur Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1. Periklanan.....	11
2.2. Promosi Penjualan.....	11
2.3. Publisitas.....	11
2.4. Penjualan Personal.....	12
3. Personal Selling.....	12
4. Sales Promotion.....	13
5. Word Of Mouth.....	14
6. Komunikasi Pemasaran Studio Musik.....	15
F. Metode Penelitian.....	15
1. Jenis Penelitian.....	15
2. Objek Penelitian.....	17
3. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	17
4. Teknik Pengumpulan Data.....	17
5. Teknik Analisis Data.....	19
BAB II PROFIL FOURTUNE STUDIO.....	21

A. Sejarah Berdirinya Fourtune Studio.....	21
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	23
C. Proses Produksi di Fourtune Studio.....	23
D. Logo Fourtune Studio.....	26
E. Arti Nama dan Logo Fourtune Studio.....	26
F. Lokasi Fourtune Studio.....	27
G. Struktur organisasi.....	28
H. Spesifikasi Alat Recording Fourtune Studio.....	30
I. Layanan Jasa Fourtune Studio.....	35
J. Daftar clien tetap Fourtune Studio.....	36
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Sajian Data.....	37
1. Masalah Yang Melatarbelakangi Upaya Komunikasi Pemasaran.....	37
2. Implementasi Upaya Komunikasi Pemasaran.....	45
a. Menyusun Teknik Komunikasi Pemasaran.....	45
b. Memilih Taktik Komunikasi Pemasaran.....	52
B. Analisi Data dan Pembahasan.....	56
1. Tahap Implementasi Upaya Komunikasi Pemasaran.....	56
2. Evaluasi Faktor Pendukung dan Penghambat Upaya Komunikasi Pemasaran.....	65
BAB IV PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan.....	66

B. Saran..... 67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Daftar Clieen Tetap Fourtune Studio.....	36
----------	--	----

DAFTAR GRAFIK

Garafik 1.	Struktur Organisasi Fourtune Studio.....	28
------------	--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Logo Fourtune Studio.....	26
Gambar 2.	Lokasi Fourtune Studio.....	27
Gambar 3.	Peralatan Recording Fourtune Studio.....	33
Gambar 4.	Proses Recording Fourtune Studio.....	42
Gambar 5.	Contoh Flyer,Stiket, Cover Album dan Poster.....	45
Gambar 6.	Foto kegiatan yang didukung oleh Fourtune Studio.....	54
Gambar 7.	Facebook Fourtune Studio.....	55

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

R. Noorman Wicaksono

Aktivitas Komunikasi Pemasaran Studio Recording Fourtune Studio (Studi

Deskriptif Aktivitas Komunikasi Pemasaran *Fourtune Studio* Dalam

Memperluas Cakupan Pasar Pada Tahun 2010)

Tahun Skripsi : 2012 + 67 + 1 tabel + 1 grafik + 7 gambar

Daftar Pustaka : 10 buku + 1 Sumber internet

Kegiatan komunikasi pemasaran sangatlah penting dilakukan oleh sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang apapun termasuk dalam bidang usaha penawaran Jasa. Contohnya adalah jasa hiburan yang menyediakan jasa perekaman suara. Kemudian yang terjadi selanjutnya adalah banyak pengusaha membuka lahan usaha studio musik dan rekaman sebagai wadah ditampungnya minat dan bakat musik masyarakat. Selain itu, studio musik juga dibutuhkan untuk menghasilkan rekaman yang profesional ataupun menjadi tempat berlatih musik. Kondisi tersebut, tentunya membuat peluang bisnis dalam bidang ini semakin terbuka. Fourtune Studio adalah contoh kongkrit perusahaan yang bergerak pada bidang jasa layanan ini, sejak tahun 2006 fourtune studio mempunyai masalah yaitu terklasifikasinya Studio rekording ini sebagai studio eksklusif dinilai dari sudut pandang para musisi kota Yogyakarta dimana tempatnya para Artis-Artis musisi terkenal yang menggunakan jasa studio rekording ini sehingga menghilangkan identitas diri sebagai studio yang terbuka untuk umum tanpa mengklasifikasi pelanggannya, segala upaya dilakukan oleh pihak fourtune studio dalam memperluas cakupannya tanpa mengklasifikasi pelanggannya upaya yang dilakukan tentu saja kegiatan komunikasi pemasaran dari iklan, promosi penjualan sampai publisitas.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode studi kasus dan kemudian dianalisis secara kualitatif. Lokasi penelitian yang dilakukan ini adalah di Fourtune Studio. Teknik Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan penggunaan dokumen. Informan yang diambil adalah delapan orang yang berasal dari pemilik perusahaan, karyawan dan pelanggan Fourtune Studio. Sedangkan teknik analisis data yang dilakukan adalah menggunakan reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah upaya komunikasi pemasaran dilakukan menggunakan bauran komunikasi pemasaran yakni periklanan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan personal. Upaya komunikasi pemasaran melalui ke empat cara tersebut sudah dilakukan belum cukup efektif. Hal itu ditandai dengan belum tersebarnya informasi sebenarnya mengenai keberadaan Fourtune studio sebenarnya.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Recording Studio

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication Studies

Advertising Concentration

R. Noorman Wicaksono

Marketing Communications activities Fourtune Studio Recording Studio

(Descriptive Study Activities Fourtune Studio Marketing Communications

Expands Market In The Year 2010)

Thesis Year: 2012 2012 + 67 page + 1 tabel + 1 graphic + 7 images

Bibliography: 10 books + 1 internet source

Marketing communication activities is crucial done by a company which is engaged in any field including service offering business. An example is the entertainment services that provide voice recording services. Then what happened next is a lot of entrepreneurs open land of music and recording studio as accepted place interests and talents of musical community. In addition, the music studio recording is also required to produce a professional or a place to practice music. Under these conditions, would make the business opportunities in this field increasingly open. Fourtune Studio is a company that had a concrete example of motion in this service area, since 2006 Fourtune studio has an issue that is classified as exclusively studio from the perspective of the musicians of the city of Yogyakarta, where place some famous musicians who use the studio Recording was thus eliminating self-identity as a opened studio to the public without classifying its customers, all efforts made by the studio fourtune in expanding its market coverage with no effort made to classify customers of course, the marketing communications activities of advertising, sales promotion through publicity.

The research method used in this study was a descriptive study by case study method and then analyzed qualitatively. The research are located in Fourtune Studio. Data collection techniques used interviews and use documentation. Informants who are eight people taken from the company owners, employees and customers Fourtune Studio. The data analysis technique is to use data reduction, data presentation and conclusions dancing.

The results of this study was performed using the marketing communications efforts of marketing communication mix, there is an advertising, sales promotion, publicity and personal selling. Marketing communications efforts through the four way has been done has not been quite effective. It has not spread on the mark with the actual information about the actual existence of Fourtune studio.

Key words: Marketing Communications, Recording Studio