

ABSTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Periklanan

Djati Pambudi Wibowo (2060530060)

“Strategi promosi album ke v band endank soekamti bertajuk “angka 8” dalam menggunakan media internet tahun 2012”

Tahun Skripsi: 2015 + 74 halaman + Daftar Kepustakaan: 9 buku + 13 sumber online + 1 orang narasumber

Studi ini berusaha untuk menganalisis strategi promosi yang dilakukan oleh Endank Soekamti, band pop punk independent yang berasal dari Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Endank Soekamti menggunakan internet, mengingat band independent tidak mempunyai budget yang besar untuk melakukan promosi. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian dari studi ini adalah, teknologi internet yang sekarang sangat populer dimasyarakat benar-benar berdampak signifikan dalam aspek kehidupan, salah satunya adalah metode berpromosi. Sekarang ini, Promosi menggunakan internet bisa dilakukan tanpa melibatkan biro-biro iklan, atau agency yang bergerak dalam bidang media placement. Promosi internet sekarang bisa bersifat personal, promosi tersebut bisa dilakukan oleh perseorangan dengan menggunakan email, social media ataupun barter link, sehingga biaya promosi menjadi sangat murah. Endank Soekamti sebagai band independent tidak melewatkan kesempatan untuk berpromosi menggunakan internet. Album kelima mereka “Angka 8” yang dirilis Desember 2012 habis terjual dalam waktu 6 bulan.

Kata kunci: Strategi, Promosi, Internet

ABSTRACT

**Muhammadiyah University of Yogyakarta
Faculty of Social Science and Politic
Communication Departement
Advertising Concentration**

Djati Pambudi Wibowo (20060530060)

**“The Promotion Strategy of Endank Soekamti’s 5th Album Titeled “Angka 8”
Using Internet Year 2012”**

Year of Thesis: 2015 + 74 pages + References: 9 books + 13 online source + 1 informants

This study attempts to analyze the strategy of promotion done by Endank Soekamti, independent punk pop band from Yogyakarta. The purpose of this study is to find out about how the strategy of promotion is done by Endank Soekamtie through internet, given that the most of indie bands have no big enough budget to backup their promotions. Methodology used in this study is qualitative descriptive analisis. The result of this study is that the internet technology, which is very popular in society, gives a very significant impact in every aspects of life, one of which is a method of promotion.

Today, the campaign using the internet can be done without involving the advertising agencies, or agency that specializes in media placement. Internet promotion can now be personal, promotions can be done by individuals using email, social media or barter links, so the cost of promotion is very inexpensive. Endank Soekamtie, as an independent band sees this phenomena as the big opportunity to promote their album “Angka 8” which was their fifth album released in December 2012 and the Album is sold out in 6 months.

Keyword: Strategy, Promotion, Internet