

**AKTIVITAS PROMOSI PT. JAVA MUSIKINDO DALAM PEMENTASAN  
ARTIS INTERNASIONAL MUSE DI INDONESIA**  
(Studi deskriptif kualitatif tentang aktivitas promosi PT. Java Musikindo  
dalam konser MUSE di Indonesia)

**PROMOTION ACTIVITY OF PT. JAVA MUSIKINDO FOR  
INTERNATIONAL ARTIST MUSE SHOW AT INDONESIA**  
(Qualitative description study about promotion activity of PT. Java Musikindo  
in MUSE concert at Indonesia)

**SKRIPSI**



Disusun oleh :  
**REZHI YULIATMOKO**  
20030530085

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

**2008**

**AKTIVITAS PROMOSI PT. JAVA MUSIKINDO DALAM PEMENTASAN  
ARTIS INTERNASIONAL MUSE DI INDONESIA  
(Studi deskriptif kualitatif tentang aktivitas promosi PT. Java Musikindo  
dalam konser MUSE di Indonesia)**

*PROMOTION ACTIVITY OF PT. JAVA MUSIKINDO FOR INTERNATIONAL  
ARTIST MUSE SHOW AT INDONESIA  
(Qualitative description study about promotion activity of PT. Java Musikindo in  
MUSE concert at Indonesia)*

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar S1**

**Disusun Oleh :  
REZHI YULIATMOKO  
20030530085**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PADJARAN BANDUNG**

# SKRIPSI

**Skripsi Ini Telah Dipertahankan Dan Disahkan di Depan Dewan Penguji  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Pada :**

**Hari : Kamis  
Tanggal : 10 April 2008  
Tempat : R. Multimedia**

## SUSUNAN TIM PENGUJI

**Ketua**



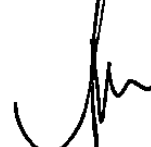
**( Yeni Rosilawati., S.IP., MM )**

**Penguji I**



**( Muria Endah S., S.IP., M.Si )**

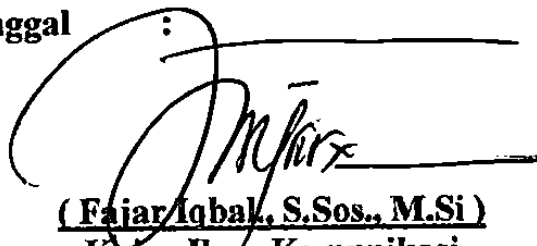
**Penguji II**



**( Aswad Ishak., S.IP )**

**Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu  
Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana ( S-1 )**

**Tanggal :**



**( Fajar Iqbal., S.Sos., M.Si )**

## MOTTO

Hidup adalah sebuah anugrah yang diberikan dari sang khalik,  
baik buruknya kehidupan itu adalah sebuah kebahagiaan yang harus  
dinikmati oleh setiap mahluk ciptaan-Nya.  
Menjadi mahluk yang berarti bagi-Nya adalah kewajiban mutlak.

Semangat, cinta, dan kasih sayang itu merupakan  
kekuatan yang tak terukur. Hanya dengan itu, aku berusaha untuk  
bisa menjadi seseorang yang berarti untuk mencapai  
kebahagian sejati.

.....*"No body can't touch me"*.....

&

.....*"Feel your soul"*.....

By :

1\*Re





## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Tiada kata yang pantas penulis ucapkan pertama kali, kecuali puji syukur kehadiran Allah SWT karena hanya dengan ijin-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan rencana. Shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada Nabi besar Rasulullah SAW yang telah membimbing kita dan berjuang untuk menguji kegelapan dihati manusia.

Syukur alhamdulillah, skripsi dengan judul “Aktivitas Promosi PT. Java Musikindo Dalam Pementasan Artis Internasional MUSE di Indonesia (Studi diskriptif kualitatif tentang aktivitas promosi PT. Java Musikindo dalam konser MUSE di Indonesia)”, dapat diselesaikan dengan baik. Tulisan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat akademik guna mendapatkan gelar Sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Terselesainya skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dan bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Khoirudin Bashori, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Bambang Eka Cahyo W., S.IP., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Fajar Iqbal S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Yeni Rosilawati, S.IP., MM selaku dosen pembimbing sekaligus menjadi ketua tim penguji yang selalu mengevaluasi dan sabar dalam membimbing penulis.
5. Ibu Muria Endah S., S.IP., M.Si selaku penguji I yang memberikan arahan kepada penulis.

7. Adrie Subono selaku *Chairman* PT. Java Musikindo yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penulisan skripsi di perusahaan tersebut.
8. Cristy Subono selaku *Promotion & Talent Representative* PT. Java Musikindo yang telah memberikan informasinya kepada penulis untuk memperlancar penulisan skripsi tersebut.
9. Staff UMY (Bapak Jono) yang selalu membantu saya dalam mengurus kelancaran skripsi dan staff PT. Java Musikindo atas sambutan hangat kepada penulis.
10. Semua orang yang membantu kelancaran skripsi ini, terima kasih banyak.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 07 Mei 2008

Penulis

**Rezhi Yuliatmoko**



## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan Skripsi.....	ii
Halaman Motto.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Abstraksi.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kerangka Teori.....	6
E.1. Promosi Sebagai Proses Komunikasi Efektif Dalam Pemasaran.....	6
E.2. Bauran Promosi Sebagai Media Untuk Mempengaruhi Konsumen.....	18
E.3. Aktivitas Promosi.....	27
E.4. Peran Promosi Dalam Industri Musik.....	29
F. Metodologi Penelitian.....	32
F.1. Metode Penelitian.....	32
F.2. Lokasi Penelitian.....	32
F.3. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F.4. Pengelompokan Data.....	33
F.5. Analisis Data.....	34

<b>BAB II</b>	<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>36</b>
	A. Sejarah berdirinya PT. Java Musikindo.....	36
	B. Lokasi Perusahaan .....	38
	C. Visi dan Misi PT. Java Musikindo .....	38
	D. Struktur Organisasi.....	39
	E. Event Konser .....	44
	F. Produk PT. Java Musikindo (MUSE).....	47
<b>BAB III</b>	<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
	A. Latar Belakang Pementasan Artis Internasional MUSE di Indonesia.....	52
	B. Tahap Perencanaan Aktivitas Promosi PT. Java Musikindo Dalam Pementasan Artis Internasional MUSE di Indonesia.....	54
	B.1. Menetapkan <i>Target Audience</i> MUSE .....	55
	B.2. Persetujuan Pesan Iklan MUSE ( <i>Approval Design</i> ) .....	56
	B.3.1. Menetapkan Tujuan Pesan.....	56
	B.3.2. Rancangan Pesan.....	57
	B.3. <i>Media Pitching</i> .....	57
	C. Aktivitas Promosi PT. Java Musikindo Dalam Pementasan Artis Internasional MUSE di Indonesia .....	58
	C.1. Mengajukan proposal <i>Sponsorship</i> .....	58
	C.2. Eksekusi Media.....	60
	C.3. Mengkoordinasikan Aktivitas Promosi .....	79
	C.4. <i>Monitoring</i> Pemasangan Materi di <i>Venue</i> dan Hubungan Pers .....	80
	C.4.1. <i>Monitoring</i> Pemasangan Materi .....	80
	C.4.2. Hubungan Pers .....	80
	D. Pengukuran Efektivitas Aktivitas Promosi.....	81
	E. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Perencanaan Aktivitas Promosi di PT. Java musikindo .....	82

<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>95</b>
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran .....	96
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>98</b>
 <b>.....</b>	 <b>100</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Konser 2007 .....	3
Tabel 2.1. Event Konser.....	44
Tabel 2.2. Diskografi.....	50
Tabel 3.1. Media Plan Activity .....	61
Tabel 3.2. TRANS TV .....	63
Tabel 3.3. SCTV .....	64
Tabel 3.4. RCTI.....	65
Tabel 3.5. ANTV.....	66
Tabel 3.6. TRANS 7.....	67
Tabel 3.7. Global TV .....	68
Tabel 3.8. Radio .....	70
Tabel 3.9. Surat Kabar .....	73
Tabel 3.10. Majalah.....	74
Tabel 3.11. Tabloid .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gb.3.1. <i>Sponsorship</i> .....	59
Gb.3.2. <i>Print Advertising</i> .....	72
Gb.3.3. <i>Billboard</i> .....	76
Gb.3.4. <i>Poster</i> .....	77
Gb.3.5. <i>Spanduk</i> .....	79
Gb.3.6. <i>Outdoor</i> .....	80
Gb.3.7. <i>Indoor</i> .....	80
Gb.3.8. <i>Press Conference</i> .....	81
Gb.3.9. <i>Interview</i> .....	81

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Advertising**

## **ABSTRAKSI**

**Rezhi Yuliatmoko  
20030530085**

**Ilmu Komunikasi**

**Studi deskriptif kualitatif tentang “Aktivitas Promosi PT. Java Musikindo Dalam Pementasan Artis Internasional MUSE di Indonesia”.**

**114 halaman, 14 lampiran, 24 buku, 5 situs, 2 surat kabar (1986-2007)**

Penelitian ini membahas tentang bagaimana aktivitas promosi PT. Java Musikindo dalam pementasan artis internasional MUSE di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Menganalisis dan mengevaluasi aktivitas promosi yang dilakukan PT. Java Musikindo dalam pementasan artis internasional MUSE di Indonesia. (2) Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan teknik studi deskriptif kualitatif dengan menggunakan langkah-langkah analisis data sebagai berikut: (1) Pengumpulan data yaitu dengan wawancara dan studi pustaka. (2) Reduksi data. (3) Penyajian data. (4). Kesimpulan.

Aktivitas promosi PT. Java Musikindo dijalankan sepenuhnya oleh *Promotion & Talent Representative*. *Promotion & Talent Representative* mempunyai wewenang dalam eksplorasi segmentasi pasar, penyampaian pesan, juga penentuan media promosi yang digunakan. Komunikasi Pemasaran adalah aktivitas promosi yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan agar melakukan tindakan.

Aktivitas promosi PT. Java Musikindo dilatarbelakangi oleh keadaan segmentasi *target audience* yang berbeda, media yang beragam, sehingga diperlukan aktivitas promosi yang tepat untuk mendapatkan *target audience* yang diinginkan. Selain itu, dunia *showbiz* merupakan sebuah peluang bisnis dengan modal yang besar, maka dari itu penentuan aktivitas promosi yang tepat sangat diperlukan bagi perusahaan. Melalui aktivitas promosi PT. Java Musikindo menggunakan bauran promosi untuk menarik penonton. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa PT. Java Musikindo menggunakan 2 bauran promosi yakni *advertising* dan *public relation*. Seluruh aktivitas yang dilakukan bertujuan untuk menarik penonton MUSE. Maka dengan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa PT. Java Musikindo telah melakukan aktivitas