

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KONSER MUSIK "CHERRYPOPFEST
2023" MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



Nama : Ahmad Yahya Afifi

NIM: 2020530158

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Yahya Afifi

NIM : 20200530158

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar adalah hasil karya peneliti sendiri dan peneliti belum pernah mengajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulisan lain telah dicantumkan dalam daftar pustaka pada bagian akhir skripsi. Apabila kelak terbukti atau dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 25 Maret 2024

Yang _____ aan,



Ahmad Yahya Afifi

NIM : 20200530158

HALAMAN MOTTO

Melamban bukanlah hal yang tabu, Kadang itu yang kau butuh
Bersandar hibahkan bebanmu. Tak perlu kau berhenti kurasi, Ini hanya sementara
Bukan ujung dari rencana
(Perunggu)

Di hidup ini kita butuh orang lain kita butuh sesama, tapi untuk kesuksesan dan
keberhasilan diri kita sendiri jangan pernah mengandalkan orang lain.
(Windah Basudara)

Hidup sekali, mati sekali
Pada akhirnya, tidak ada yang benar benar tau jalan paling benar dalam menjalani hidup.
Maka tiap-tiap dari kita belajar dari kehidupanya.
(GS)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan nikmat yang melimpah. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Saya menyadari dalam menyusun skripsi tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan namun, banyak faktor yang mendorong saya untuk menjadi lebih baik dan bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Akhirnya, dengan pertolongan dari Allah SWT, saya berhasil menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Konser Musik "Cherrypopfest 2023" Melalui Media Sosial Instagram" sebagai salah satu persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Strata (S1) dalam jurusan Ilmu Komunikasi. Karya ini saya dedikasikan untuk:

1. Kedua orang tua saya Ibu dan Bapak, saya mengucapkan banyak terimakasih karena sudah memberikan dukungan yang besar kepada saya selama hidup. Terima kasih telah menjadi donatur tetap dalam perjalanan kuliah saya dan memberikan dukungan berupa doa serta kasih sayang yang begitu besar kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Keluarga saya khususnya kakak-kakak saya, yaitu Isna dan Taufik yang selalu mendukung dan mendoakan saya menjadi orang sukses.
3. Pihak manajemen Cherrypopfest, khususnya mas Kiki Pea selaku *Project Director* dan mas Bayu Kristiawan selaku *Media Social Specialist* yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk berbagi data untuk karya ini.
4. Keluarga besar Kontrakan Ayam: Abid, Napis, Massa, Dimas, Bagus, Jopron dan Dika yang telah menemani keseharian saya selama 3 tahun di Bangunjiwo, Bantul dalam keadaan senang maupun biasa saja.
5. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020, khususnya teman-teman di konsentrasi *Advertising* yang sudah sama-sama melalui kehidupan selama perkuliahan.
6. Kepada diri saya sendiri yang sangat tampan dan pemberani serta tak mudah putus asa.
7. Kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses penelitian ini yang tidak bisa saya tulis satu persatu.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Strategi Komunikasi Pemasaran Konser Musik "Cherrypopfest 2023" Melalui Media Sosial Instagram". Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan akademik untuk menyelesaikan pendidikan pada program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Peneliti menyadari dalam menyusun skripsi ini banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, bantuan dan kemudahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Dengan kerendahan hati peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Fajar Junaedi M.Si selaku ketua prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah memberi banyak arahan, nasehat dan ilmu dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk waktu dan bimbingan yang diberikan.
3. Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si., Ph.D. dan Ayu Amalia, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji dari penelitian yang saya kerjakan dan memberi masukan serta saran kedalam penelitian skripsi.
4. Seluruh dosen, Tata usaha, Karyawan dan Staff Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang menginspirasi peneliti.
5. Seluruh pihak Cherrypopfest yang terlibat di dalamnya yang telah membantu peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi.

Semoga dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat serta dapat digunakan sebaik-baiknya sebagai sarana dalam kepentingan akademik. Dalam penelitian skripsi ini, tentunya peneliti menyadari bahwa masih adanya kekurangan sehingga kritik dan saran yang membangun akan selalu peneliti terima.

Yogyakarta, 25 Juni 2024



Ahmad Yahya Afifi

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRACT	ix
BAB I.....	1
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kajian Teori	9
1.4.1 Pemasaran Online	9
1.4.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Online.....	14
1.4.3 Media Baru.....	19
1.5 Metode Penelitian	26
1.5.1 Jenis penelitian	27
1.5.2 Lokasi Penelitian	27
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	27
1.5.4 Informan Penelitian.....	29
1.5.5 Teknik Analisis Data	30
1.5.6 Teknik Triangulasi	30
BAB II	32
II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	32
2.1 Sejarah Cherrypopfest.....	32
2.2 Lokasi Perusahaan	33
2.3 Visi Misi Perusahaan.....	33
2.4 Logo Perusahaan	33
2.5 Struktur Cherrypopfest	34
2.6 Profil Cherrypopfest.....	36
BAB III	38

III. SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	38
3.1 Sajian Data	38
3.1.1 AISAS	39
3.2 Pembahasan	58
3.2.1 Analisis Model AISAS.....	59
BAB IV.....	65
IV. PENUTUP.....	65
4.1 Kesimpulan	65
4.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
Lampiran.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Social Media Yang Paling Banyak Digunakan.....	2
Gambar 1. 2 Data Jumlah Negara Dengan Pengguna Terbanyak Di Dunia	3
Gambar 1. 3 Pemasaran Cherrypopfest melalui akun media sosial Instagram	4
Gambar 1. 4 Akun media sosial Instagram @cherrypopfest	5
Gambar 1. 5 Perkembangan Model AISAS Dari Model AIDMA.....	19
Gambar 2. 1 Logo Cherrypopfest.....	33
Gambar 2. 2 Poster Cherrypopfest 2022	36
Gambar 2. 3 Poster Cherrypopfest 2023	37
Gambar 3. 1 Postingan line up festival Instagram Cherrypopfest.....	40
Gambar 3. 2 Postingan Feed kegiatan kolaborasi Cherrypopfest dengan Mojok.co	41
Gambar 3. 3 Postingan Lokasi Festival Cherrypopfest	42
Gambar 3. 4 Postingan Kolaborasi dengan Artist penampil Cherrypopfest	43
Gambar 3. 5 Insight Instagram @cherrypopfest	44
Gambar 3. 6 Postingan Harga Tiket Cherrypopfest	45
Gambar 3. 7 Profil Media Sosial Instagram Cherrypopfest	46
Gambar 3. 8 Bio Instagram Cherrypopfest.....	46
Gambar 3. 9 Hastag Yang Digunakan Cherrypopfest Di Feed Instagram	47
Gambar 3. 10 Profile Picture Instagram Cherrypopfest	48
Gambar 3. 11 Komentar Di Postingan Instagram Cherrypopfest	49
Gambar 3. 12 Direct Massage di Instagram Cherrypopfest.....	50
Gambar 3. 13 Insight Instagram Cherrypopfest	51
Gambar 3. 14 Website Cherrypopfest	52
Gambar 3. 15 Pencarian di Tiktok 2023.....	53
Gambar 3. 16 Branda X Cherrypopfest	54
Gambar 3. 17 Kolom pencaharian Instagram	55
Gambar 3. 18 Direct Massage Pengikut @Cherrypopfest.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengikut dan Jumlah Postingan Beberapa Akun Instagram Event Musik di Yogyakarta	5
Tabel 1. 2 Data jumlah pengunjung Cherrypopfest pada Tahun 2022-2023.....	6