



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PROMOSI *EVENT* BERBASIS INSTAGRAM: PERENCANAAN  
PROMOSI DAN PUBLIKASI *EVENT* SUARA DISKO**



**Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)**

**Aydina Chandra  
14140110355**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2018**

**EVENT PROMOTION BASED ON INSTAGRAM: SUARA DISKO' S PLANNING  
EVENT PROMOTION AND PUBLICATION**

**THESIS**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**Submitted as Requirements to Earn Communication Degree  
(S.I.Kom.)**

**Aydina Chandra**

**14140110355**

**COMMUNICATION MAJOR  
COMMUNICATION FACULTY**

**MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY**

**TANGERANG**

**2018**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## **PERNYATAAN**

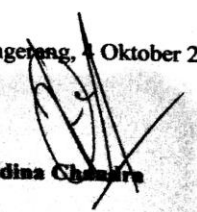
Dengan ini saya:

Nama : Aydina Chandra  
NIM : 14140110355  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipan serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan Skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 4 Oktober 2018

  
Aydina Chandra

ii

M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

ii

## HALAMAN PENGESAHAN

Naskah Akademik  
Skripsi Berbasis Kajian

"Promosi *Event* Berbasis Instagram: Perencanaan Promosi dan Publikasi  
*Event* Suara Disko"

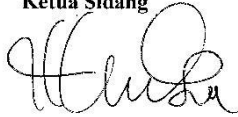
Oleh

Aydina Chandra

telah diujikan pada hari Senin, 22 Oktober  
2018, pukul 17:00 WIB- 18:30 WIB dan  
dinyatakan lulus

dengan susunan penguji sebagai berikut.

**Ketua Sidang**



Hanif Suranto, S. Sos., M.Si.

**Penguji Ahli**



Dr. Mochammad Kresna Noer Pratama, S.Sos., M.Si.

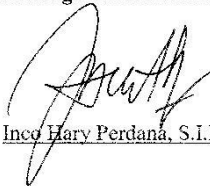
**Dosen Pembimbing**



Wildan Hakim S.Sos, M.Si.

Disahkan oleh

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si

iii

N U S A N T A R A

iii



UMMN

UNIVERSITAS *This Too Shall Pass*  
MULTIMEDIA *-Unknown-*  
NUSANTARA

# PROMOSI *EVENT* BERBASIS INSTAGRAM: PERENCANAAN PROMOSI DAN PUBLIKASI *EVENT* SUARA DISKO

## ABSTRAK

Oleh : **Aydina Chandra**

Dengan adanya internet khalayak sekarang ini tidak bisa terlepas dari media sosial, tidak terkecuali Instagram. Melihat media sosial Instagram yang sedang marak di kalangan masyarakat luas, komunitas Suara Disko memanfaatkan Instagram untuk sarana promosi. Komunitas Suara Disko merupakan komunitas pecinta lagu-lagu lama Indonesia. Sebagai komunitas, Suara Disko memiliki tujuan yaitu melestarikan lagu-lagu lama Indonesia melalui sebuah pesta musik. Berdiri pada tahun 2015, Suara Disko telah menyelenggarakan *event* sebanyak 14 kali di kota-kota Indonesia. Hanya dengan melakukan promosi di Instagram, nyatanya Suara Disko mampu mendatangkan ratusan bahkan ribuan *audiens* dalam *event* yang diselenggarakan.

Sifat penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metode penelitian studi kasus, sehingga penelitian ini dapat menguraikan lebih mendalam mengenai topik yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi langsung non-partisipan dan melakukan wawancara mendalam pada *key informan* dan dua informan serta studi pustaka. Pada penelitian ini peneliti menggunakan konsep perencanaan media sosial oleh Scott and Jacka.

Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah promosi *event* berbasis instagram yang dilakukan oleh komunitas Suara Disko dalam mempromosikan *event* yang akan diselenggarakan sesuai dengan perencanaan dari Scott and Jacka yaitu terdapat adanya *Goals, Channels, Engagement, Metrics, Staffing and Funding* serta *Social Media Policies*. Perencanaan tersebut mengarah kepada keberhasilan dari promosi yang dilaksanakan oleh komunitas Suara Disko melalui Instagram.

Kata Kunci:

*Promosi Event, Lagu-Lagu Lama Indonesia, Media Sosial, Instagram*

**EVENT PROMOTION BASED ON INSTAGRAM: SUARA DISKO' S  
PLANNING EVENT PROMOTION AND PUBLICATION**

**By: Aydina Chandra**

*With the presence of the internet, today's audience cannot be separated from social media, including Instagram. Seeing Instagram social media that is rife in the wider community, Suara Disko community uses Instagram for promotional means. Suara Disko Community is a community that playing an old Indonesian songs. As a community, Suara Disko has the goal of preserving old Indonesian songs through a music party. Established in 2015, Suara Disko has held 14 events in Indonesia. Only by doing promotions on Instagram, in fact, Suara Disko is able to bring hundreds even thousands of audiences in the event.*

*The nature of this study is descriptive qualitative with a case study research method, so this study can describe more deeply the topic under study. Data collection techniques used in this study were non-participant direct observation and in-depth interviews with key informants and two informants and literature studies. In this study researchers used the concept of social media planning by Scott and Jacka.*

*The results obtained from this study are the promotion of Instagram-based events conducted by the Suara Disko community in promoting events to be held in accordance with the planning of Scott and Jacka, there are Goals, Channels, Engines, Metrics, Staffing and Funding and Social Media Policies. The plan led to the success of promotions carried out by the Suara Disko community through Instagram.*

UMMN

*Keywords:*

*Promotion of Events, Indonesian Old Songs, Social Media, Instagram*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Promosi *Event* Berbasis Instagram: Perencanaan Promosi dan Publikasi *Event* Suara Disko” Tujuan dari tersusunnya skripsi ini adalah guna melengkapi dan memenuhi salah satu syarat kelulusan serta untuk mendapatkan gelar sarjana strata 1 Program Studi Ilmu Komunikasi pada Universitas Multimedia Nusantara.

Adapun keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta arahan dari berbagai pihak terkait adanya penulisan skripsi ini. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Wildan Hakim S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar membimbing penulis serta memberikan saran dan pencerahan dalam proses penulisan skripsi ini. Jatahmu besar di surga, Pak.
2. Inco Hary Perdana, M. Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UMN yang memberikan inspirasi bagi penulis
3. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan banyak ilmu dan pembelajaran selama empat tahun ini, sehingga penulis dapat mengaplikasikannya kedalam penelitian skripsi

4. Biandi Sura, Bobby Irfan Chaniago, Nabil Gufron, yang telah bersedia untuk menjadi narasumber dalam penelitian, yang mau meluangkan waktu di sela-sela kesibukan, yang mau direpotkan oleh penulis selama melakukan wawancara.
5. Keluarga penulis, orang tua (Mashudi Usman dan Nurhayah) yang rela banting tulang untuk mencari uang dan doa-doa yang tidak pernah ada hentinya, serta adik-adik (Dheandra Salsabila dan Alvin Iqbal) yang senantiasa mendengar keluh kesah dan menyemangati serta mendoakan penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Fathia Barnez selaku pembimbing kedua dan sahabat penulis yang senantiasa selalu menemani penulis dalam melakukan penelitian ini
7. Sahabat-sahabat penulis, Amar Albanna, Adinda Ayu Putri, Ratu Vienny, Larasati Satiti Putri, Burhanudin Maulana, Amalia Nurfitri, Cornelia Yurisa, Caecilia Nila, Nabella Aprilia, Nikodemus Prasetyo, yang selalu menyemangati dan mendoakan penulis dalam melakukan penelitian
8. Karyawan Dunkin Donuts Intermark yang telah bersedia membuka gerainya hingga tengah malam hanya untuk menunggu penulis kembali kerumah.
9. Abang Grab langganan penulis yang setiap hari mengantarkan penulis pulang dan pergi ke kampus atau kerumah
10. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini baik langsung maupun tidak langsung.

Penulis sadar akan adanya banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka dari itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran membangun dari para pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penelitian ini dan mohon maaf jika penelitian ini masih jauh dari sempurna.

Tanggal: 1 Oktober 2018

Aydina Chandra

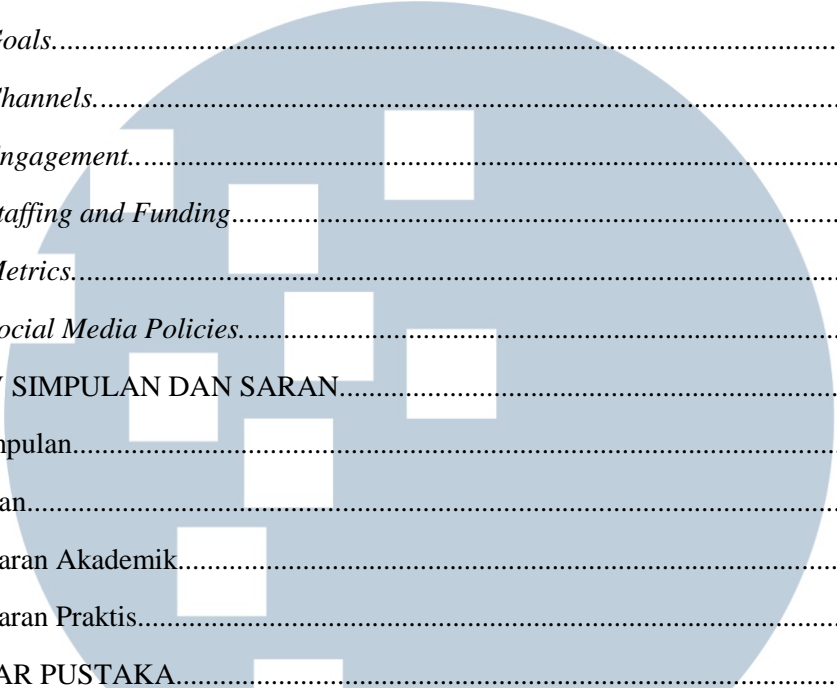
UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Jenis dan Sifat Penelitian.....	9
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b> .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Konsep dan Landasan Teori.....	16
2.2.1 <i>Social Media Marketing</i> .....	16
2.2.1.1 Perencanaan Media Sosial.....	20
2.2.2 <i>Event</i> .....	22
2.2.2.1 Tahapan <i>Event Marketing</i> .....	25
2.2.3 Promosi atau Pemasaran <i>Event</i> .....	28
2.2.4 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	32
2.2.5 <i>Social Media</i> .....	33
2.2.5.1 Karakteristik <i>Social Media</i> .....	35

2.2.5.2 Jenis <i>Social Media</i> .....	36
2.2.5.3 Fungsi <i>Social Media</i> .....	37
2.2.5.4 Kelebihan <i>Social Media</i> .....	38
2.2.5.5 Instagram.....	39
2.2.5.6 Fitur-fitur Instagram.....	42
2.3 Kerangka Pemikiran.....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>50</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	50
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	51
3.3 Metode Penelitian.....	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5 <i>Key Informan</i> dan Informan.....	59
3.6 Uji Keabsahan Data.....	60
3.7 Teknik Analisis Data.....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>64</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	64
4.1.1 Profil Komunitas Suara Disko.....	64
4.1.2 Profile <i>Event</i> Suara Disko.....	68
4.1.3 Struktur Organisasi Suara Disko.....	77
4.1.4 Logo.....	79
4.1.5 Perjalanan <i>Event</i> .....	79
4.2 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	85
4.2.1 Hasil Penelitian.....	85
4.2.1.1 Pemilihan Instagram sebagai Sarana Promosi.....	87
4.2.1.2 Daya Tarik Suara Disko.....	102
4.2.1.3 Jangka Waktu Penyebaran Informasi Seputar <i>Event</i> .....	106
4.2.1.4 Pengunjung <i>Event</i> Suara Disko.....	110
4.2.1.5 <i>Profit</i> yang Diperoleh Komunitas Suara Disko.....	113
4.2.2 Konten Promosi <i>Event</i> Suara Disko di Instagram.....	116



4.3 Pembahasan.....	123
4.3.1 <i>Goals</i> .....	127
4.3.2 <i>Channels</i> .....	132
4.3.3 <i>Engagement</i> .....	136
4.3.4 <i>Staffing and Funding</i> .....	141
4.3.5 <i>Metrics</i> .....	142
4.3.6 <i>Social Media Policies</i> .....	147
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	150
5.1 Simpulan.....	150
5.2 Saran.....	151
5.2.1 Saran Akademik.....	152
5.2.2 Saran Praktis.....	153
DAFTAR PUSTAKA.....	156

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Figur Presentase Media Sosial yang Paling Aktif Digunakan.....	5
GAMBAR 2.1 AIDMA to AISAS Law.....	18
GAMBAR 2.2 Model <i>Event Marketing</i> .....	26
GAMBAR 2.3 Logo Instagram.....	40
GAMBAR 4.1 Poster <i>Event</i> Suara Disko Edisi Pertama.....	69
GAMBAR 4.2 Poster <i>Event</i> Suara Disko Edisi Keempat.....	70
GAMBAR 4.3 Poster <i>Event</i> Suara Disko Edisi Kelima dan Keenam.....	71
GAMBAR 4.4 Poster <i>Event</i> Suara Disko Edisi Kesembilan.....	72
GAMBAR 4.5 Poster <i>Event</i> Suara Disko Edisi Ke-11.....	73
GAMBAR 4.6 Poster <i>Event</i> Suara Disko Edisi Ke-14.....	74
GAMBAR 4.7 Logo Komunitas Suara Disko.....	79
GAMBAR 4.8 Penyebaran Informasi oleh Teman Suara Disko.....	88
GAMBAR 4.9 Penyebaran Informasi oleh Teman Suara Disko.....	89
GAMBAR 4.10 <i>Feedback</i> yang Diberikan oleh Suara Disko.....	93
GAMBAR 4.11 Foto Pasca <i>Event</i> yang Diunggah Suara Disko pada Instagram.....	94
GAMBAR 4.12 Feature <i>Answer &amp; Question</i> pada Instagram Suara Disko.....	95
GAMBAR 4.13 <i>Feedback Followers</i> pada Instagram Suara Disko.....	96
GAMBAR 4.14 Aktivitas di Kolom Comment di Instagram Suara Disko.....	99
GAMBAR 4.15 Unggahan di Instagram Suara Disko.....	103
GAMBAR 4.16 Penulisan Caption oleh Suara Disko.....	105
GAMBAR 4.17 Profil Instagram Suara Disko.....	116
GAMBAR 4.18 Foto & Video Instagram Suara Disko.....	117
GAMBAR 4.19 <i>Viewers</i> di Instagram Suara Disko.....	118
GAMBAR 4.20 Jumlah <i>likes</i> pada unggahan foto Suara Disko.....	119
GAMBAR 4.21 <i>Caption</i> Suara Disko pada Unggahan di Instagram.....	120
GAMBAR 4.22 <i>Hashtag</i> #Cintaditolakdiskobertindak.....	121
GAMBAR 4.23 <i>Hashtag</i> #Frontdiskonasional.....	122
GAMBAR 4.24 <i>Hashtag</i> #Suaradisko.....	123

## DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
TABEL 4.1 Daftar Lagu-Lagu <i>Favorite</i> .....	75
TABEL 4.2 <i>Event</i> Suara Disko.....	83
TABEL 4.3 <i>Media Partner</i> Suara Disko.....	91
TABEL 4.4 Jangka Waktu Penyebaran <i>Event</i> Komunitas Suara Disko.....	106
TABEL 4.6 Perencanaan Media Sosial oleh Scott and Jacka.....	124

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA