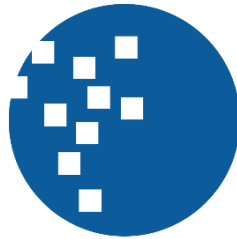


**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MUSISI  
INDEPENDEN NAMOY BUDAYA DALAM MENINGKATKAN  
BRAND AWARENESS**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**ADYA DIPTA IBRAHIM**

**00000042164**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MUSISI  
INDEPENDEN NAMOY BUDAYA DALAM MENINGKATKAN  
BRAND AWARENESS**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**ADYA DIPTA IBRAHIM**

**0000042164**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

i

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Adya Dipta Ibrahim

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042164

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MUSISI INDEPENDEN NAMOY BUDAYA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

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

Tangerang, 13 Juni 2023



(Adya Dipta Ibrahim)

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

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MUSISI INDEPENDEN NAMOY BUDAYA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Oleh

Nama : Adya Dipta Ibrahim

NIM : 00000042164

Program Studi : Komunikasi Strategi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 26 Juni 2023

Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Anton Binsar, S.Sos., M.Si.  
NIDN: 0309027705

Penguji



Asep Sutresna, M.A.  
NIDN: 0307126303

Pembimbing



Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom  
NIDN:0331077503

Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi



Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
2023.07.14  
16:09:31 +0700'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.  
NIDN: 0304078404

iii

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adya Dipta Ibrahim

NIM : 00000042164

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Tesis/Skripsi/Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MUSISI INDEPENDEN NAMOY BUDAYA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Adya Dipta Ibrahim)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Musisi Independen di Era Digital ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan dorongan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Nabila Junita selaku orang terdekat penulis yang memberikan dukungan dan motivasi selama proses perkuliahan dan penyusunan tugas akhir.
7. Sahabat yang telah menemani, menghibur, dan memberikan banyak motivasi dukungan, serta doa selama perkuliahan dan penyusunan laporan ini, Aliyya Natasha, Alma Gladys Vania, Gustamas Indra Maulana, Rifaty Aurili Avidanti, Edgar Maulana, Taska Amani Zakaria, dan Adzra Fadla.
8. Teman seangkatan yang telah menemani, membantu, dan bertukar pikiran selama penyusunan tugas akhir ini, Derrenandersan Kwo, Viera Amadea, Syahna Anela, Pusaka Titis Hening, Alvin Rivaldo, dan Floretta Johannes.

9. Informan yang telah meluangkan banyak waktu untuk membantu penulis, Binar Abiyasa, Raka Dewangkara, Yudistira Abjani, Farrel Hutagalung, Mochamad Havie Parkasyaputra, Farhan Dzulfahmi, dan Maulita Bahtiar.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 13 Juni 2023



(Adya Dipta Ibrahim)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MUSISI INDEPENDEN NAMOY BUDAYA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Adya Dipta Ibrahim

## ABSTRAK

Internet adalah aspek penting dalam masyarakat modern, memungkinkan akses dan berbagi informasi serta memudahkan kehidupan *melalui e-commerce, m-banking, dan teknologi digital lainnya*. Musisi merupakan bentuk musik digital yang populer berkat *platform* streaming dan berbagi musik. Musisi independen adalah genre musik yang berkembang pesat, terutama melalui *platform* seperti Spotify. Internet memainkan peran penting dalam produksi dan distribusi musik, memungkinkan *genre* musik, video musik, dan *platform* media sosial mencapai audiens yang lebih luas dan mempromosikan produk mereka. Namoy Budaya merupakan salah satu musisi independen yang dapat menembus pasar dengan cara independen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran musisi independen Namoy Budaya dalam meningkatkan *brand awareness* yang dijabarkan menggunakan konsep *steps in developing effective communication*. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan jenis kualitatif deskriptif. Pengumpulan data didapatkan melalui wawancara yang dilakukan ke empat narasumber, observasi, dan dokumen pendukung. Hasil dari penelitian yang dilakukan Namoy Budaya telah melakukan setiap langkah yang dijabarkan oleh Kotler di *steps in developing effective communication*.

**Kata kunci:** *Steps in developing effective communication*, Strategi Komunikasi Pemasaran, Musisi Independen

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



# MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES OF INDEPENDENT MUSICIAN NAMOY BUDAYA IN ENHANCING BRAND AWARENESS

Adya Dipta Ibrahim

## **ABSTRACT (English)**

*The internet is an essential aspect of modern society, enabling access to and sharing of information, as well as facilitating life through e-commerce, mobile banking, and other digital technologies. Musicians have become popular in the digital music era, thanks to streaming platforms and music sharing. Independent musicians are a rapidly growing music genre, especially through platforms like Spotify. The internet plays a crucial role in music production and distribution, allowing different music genres, music videos, and social media platforms to reach wider audiences and promote their products. Namoy Budaya is one of the independent musicians who has been able to penetrate the market independently. This research aims to determine the marketing communication strategies used by independent musician Namoy Budaya to enhance brand awareness, utilizing the concept of steps in developing effective communication. This study employs a case study method and qualitative descriptive approach. Data collection is obtained through interviews conducted with four informants, observations, and supporting documents. The results of the research show that Namoy Budaya has implemented each step outlined by Kotler in developing effective communication.*

**Keywords:** *Independent musician, Marketing Communication Strategy, Steps in developing effective communication,*

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

## DAFTAR ISI

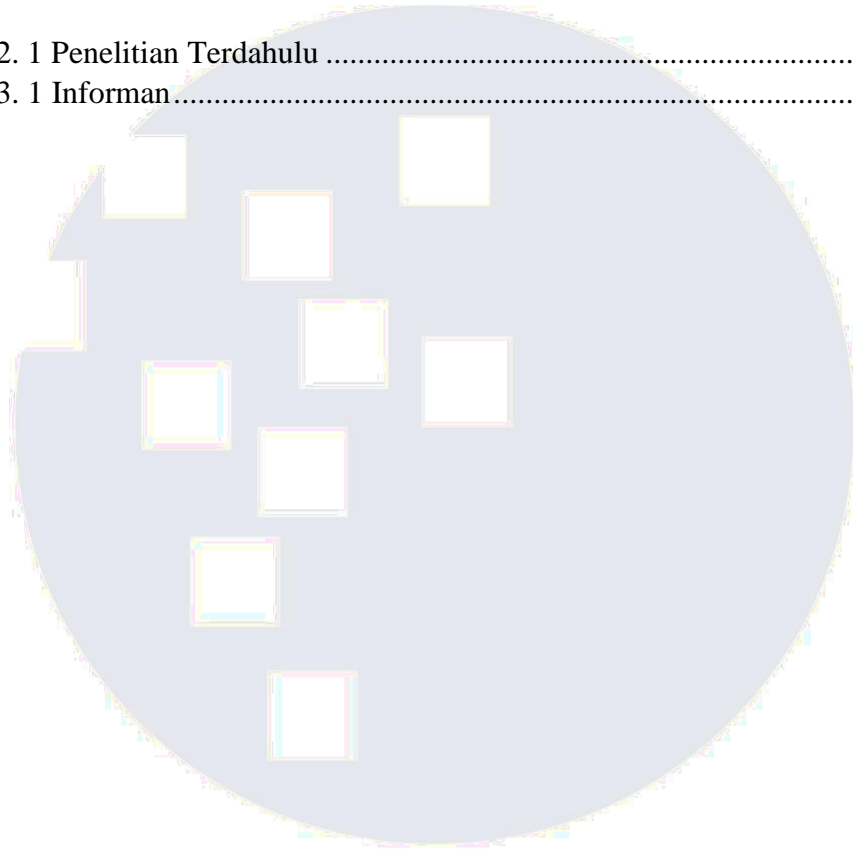
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.5 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.5.1 Kegunaan Akademis .....</b>	<b>5</b>
<b>1.5.2 Kegunaan Praktis.....</b>	<b>5</b>
<b>1.5.3 Kegunaan Sosial .....</b>	<b>5</b>
<b>1.5.4 Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>5</b>
<b>BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>6</b>
<b>2.2 Teori atau Konsep yang digunakan.....</b>	<b>9</b>
<b>2.3 Alur Penelitian .....</b>	<b>17</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1 Paradigma Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>3.2 Jenis dan Sifat Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>3.2 Metode Penelitian .....</b>	<b>19</b>
<b>3.3 Informan.....</b>	<b>19</b>
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>20</b>

3.5	Keabsahan Data.....	22
3.6	Teknik Analisis Data .....	22
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>23</b>
4.1	Subjek/Objek Penelitian .....	23
4.2	Hasil Penelitian .....	23
4.3	Pembahasan .....	32
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>37</b>
5.1	Simpulan.....	37
5.2	Saran.....	38
5.2.1	Saran Akademis .....	38
5.2.2	Saran Praktis.....	38
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>39</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>42</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 3. 1 Informan .....	19



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

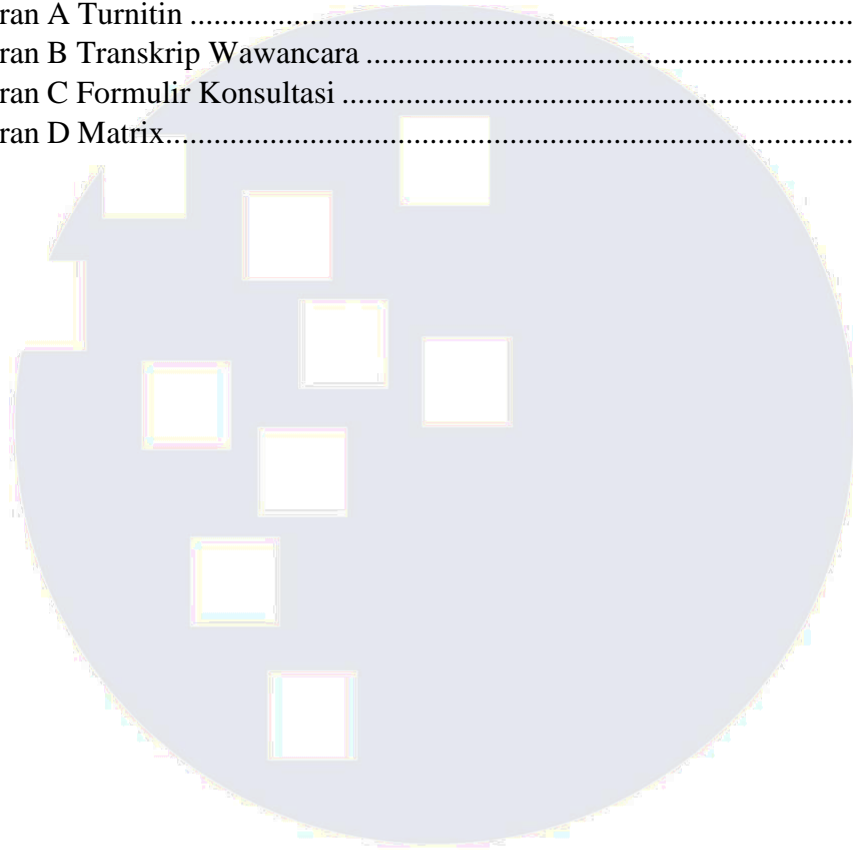
Gambar 1.1 Statistik Streaming Service di dunia .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	17
Gambar 4 1 Konten Namoy Budaya .....	25
Gambar 4 2 Konten Namoy Budaya .....	26
Gambar 4 3 Struktur Pesan Namoy Budaya .....	27
Gambar 4 4 Konten Namoy Budaya .....	28
Gambar 4 5 Editorial Playlist .....	28
Gambar 4 6 Kolaborasi Namoy Budaya .....	30
Gambar 4 7 Media Publication Namoy Budaya .....	31
Gambar 4 8 Insight Namoy Budaya .....	32

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin .....	42
Lampiran B Transkrip Wawancara .....	46
Lampiran C Formulir Konsultasi .....	56
Lampiran D Matrix.....	58



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA