



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

METODE PROMOSI STAND UP COMEDY INDONESIA
Studi Kasus Event Juru Bicara World Tour 2016

SKRIPSI



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

Degisa Vibranti Devi

10120110253

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya 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, kutipannya 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 mata kuliah skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 5 Mei 2017

Degisa Vibranti Devi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi “Metode Promosi Stand Up Comedy Indonesia”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis mendapatkan banyak dukungan dan bimbingan dalam menerjakan dan menyelesaikan skripsi ini. Mulai dari mencari objek penelitian, mengumpulkan data, mencari referensi, hingga penulisan skripsi. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Calvin Eko Hadi Saputro., S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang selalu sabar, memberikan semangat dan membantu penulis dalam mencari data, teori, jurnal, hingga referensi penelitian.
2. Inco Harry Perdana. S.Ikom., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibunda tercinta, Ati Ganda, yang siap sedia memberikan dukungan sarana, prasarana, moral, dan doa.
4. Almarhum Ayah, Idhi Prabawanto, yang penulis yakini sedang tersenyum di atas sana melihat anaknya akhirnya menyelesaikan perjuangan skripsi. *This one for you, Pa!*
5. Adik tercinta, Svaradiva Anurdea Devi, terima kasih telah menjadi pamacu terbesar untuk menyelesaikan skripsi. *Je t'aime, sis.*
6. Pandji Pragiwaksono dan segenap management mas Pandji mulai dari Mas Zain, Mbak Vira Harahap, dan Bang Ben. Terima kasih atas kesediaannya untuk di wawancara, berbagi ilmu dan pengalaman serta obrolan panjang canda tawa. Semoga sukses dengan rencana tur di tahun 2018.
7. Om Ramon Papana dan Om Indro Warkop, terima kasih om atas segala bantuan, wejangan dan ilmu stand up comedy-nya. Semua sharing selama interview akan jadi pengalaman dan pegangan saya untuk kedepannya dan siapa tau saya betul-betul berminat untuk menjadi comic.
8. Sahabat-sahabat kesayangan, Windy, Adi, Mas Didit, Mas Krisna, Chadir, Anjani, Anggi, Indri dan Maulana, terima kasih atas support dan semangat kalian dalam mendukung saya selama ini, selalu bersama saya baik suka maupun duka.

9. Teman-teman UMN tercinta, Selvi, Stefani, Vania, Ino, Lundy, segenap PR 2010 dan Ilkom G atas kebersamaannya. Terima kasih juga kepada Tim Kemahasiswaan UMN dan perpustakaan UMN yang tanpa kenal lelah menjadi teman sekaligus penyemangat saya untuk cepat lulus.
10. Teman-teman organisasi, Studio 26, mas Sahrul, mbak Ade, Agent of Wisdom, Sobat Budaya dan teman-teman organisasi lain yang tidak bisa saya sebutkan semuanya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam pengerjaan skripsi ini. Kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan untuk penulis. Semoga skripsi ini tak hanya membawa manfaat bagi penulis, namun juga bagi akademisi lainnya.

Tangerang,

Degisa Vibranti Devi

METODE PROMOSI STAND UP COMEDY INDONESIA

ABSTRAK

Oleh Degisa Vibranti Devi

Pandji Pragiwaksono merupakan stand up comedian yang giat mempromosikan Stand Up Comedy Indonesia melalui event dan tour. Salah satu event yang cukup sukses diselenggarakan ialah event juru bicara world tour yang diselenggarakan pada tahun 2016. Skripsi ini bertujuan untuk metode promosi yang digunakan oleh Pandji dalam mempromosikan stand up comedy Indonesia melalui event juru bicara world tour.

Penelitian ini menggunakan konsep bauran promosi dari Kotler dan Armstrong. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara mendalam dan studi pustaka.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Strategi komunikasi yang dilakukan mengacu pada elemen-elemen yang terdapat dalam *bauran promosi* seperti advertising, direct marketing, publicity/public relations, sales promotion, interactive/internet marketing, personal selling dan word of mouth. Dari 7 bauran promosi yang dijelaskan, Lumintu dalam hal ini manajemen dari Pandji Pragiwaksono sebagai penyelenggara Juru Bicara World Tour hanya menjalankan 5bauran dan metode promosi, yaitu *sales promotion, advertising, internet marketing, public relations*, dan juga *word of mouth*. Dengan menggunakan bauran promosi diatas, penjualan tiket event juru bicara world tour 85 % habis dan mendapatkan pemberitaan yang cukup baik dari berbagai media.

Kata Kunci: promosi, bauran promosi, stand up comedy, event

PANDJI PRAGIWAKSONO'S COMUNICATION STRATEGY TO PROMOTE INDONESIAN STAND UP COMEDY

ABSTRACT

By Degisa Vibranti Devi

Pandji Pragiwaksono is known as a stand up comedian who very active to promote Indonesian stand up comedy through event and tour. One of the most successful event are Juru Bicara World Tour which handled on 2016. The purpose of this research are getting to know the promotion method that Pandji Pragiwaksono's used for promoting Indonesian Stand Up Comedy through Juru Bicara world tour event.

This research used International Marketing and Promotions Decision models by Belch, than Integrated Marketing Communication by Kotler and Keller. The type of research is qualitative description, by using case study method. Data gathering methods are performed using in-depth interview and literature review or documents.

Research shows that the communication strategy refers to International Marketing and Promotions Decisions elements such as economic conditions, cultural conditions, in terms of demographics, also the situation and political conditions. On the other hand, Pandji Pragiwaksono's management doing campaigns using marketing communication activities such as sales promotion, advertising, internet marketing, public relations, pre-event, and also word of mouth. By using the strategy, the sale of tickets Juru Bicara world tour event sold 85% in all tour and got a good news from various media.

Key Notes: Communication Strategy, Promotion, Stand Up Comedy, Event.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	11

BAB II KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Teori atau konsep-konsep yang digunakan	15
2.2.1 Pemasaran	15
2.2.1.1 Bauran Pemasaran	16
2.2.2 Integrated Marketing Communication.....	18
2.2.2.1 Promosi	19
2.2.2.2 Bauran Promosi	20
2.2.2.3 Advertising	23
2.2.2.4 Direct Marketing	24
2.2.2.5 Personal Selling	24
2.2.2.6 Interactive Marketing	26

2.2.2.7 Sales Promotion	26
2.2.2.8 Publicity/Public Relations	27
2.2.2.9 Word of mouth	28
2.2.3 Event	30
2.2.3.1 Pendekatan dan Karakteristik Event.....	30
2.2.3.2 Jenis-Jenis Event.....	32
2.2.4 Special Event	33
2.2.4.1 Elemen-elemen Special Event.....	37
2.2.5 Stand Up Comedy	38
2.2.5.1 Variasi Stand Up Comedy	40
2.3 Kerangka Pemikiran	42

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian	46
3.3 Key Informan dan Informan	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4.1 Wawancara	49
3.4.2 Analisis Dokumen	49
3.5 Keabsahan Data	50
3.6 Teknik Analisis Data.....	51

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Objek Penelitian	53
4.1.1 Profil Pandji Pragiwaksono Management.....	53
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Event Juru Bicara World Tour	55
4.2.2 Pengisi Acara Juru Bicara World Tour	62
4.2.3 Metode Promosi Event Juru Bicara World Tour.....	70

4.3 Pembahasan	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	101
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Matriks Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4.1	Rincian Pengisi Acara Juru Bicara World Tour.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jadwal Tur Juru Bicara World Tour	9
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4.1	Divisi dan Tim Pandji Pragiwaksono.....	53
Gambar 4.2	Line Up Juru Bicara World Tour.....	62
Gambar 4.3	Spanduk Event Juru Bicara World Tour.....	71
Gambar 4.4	Contoh Poster Juru Bicara World Tour.....	72
Gambar 4.5	Website WSYDN.com	73
Gambar 4.6	Bentuk promo tiket Juru Bicara World Tour	75
Gambar 4.7	Logo Kartu Juru Bicara World Tour	77
Gambar 4.8	Press Release Juru Bicara World Tour	78
Gambar 4.9	Pemberitaan juru bicara world tour dari media online	80
Gambar 4.10	Postingan di sosial media twitter (@arie_kriting)	81