

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *YELLOW FLOWER LIVING WATER* DALAM MEMPERKENALKAN EP “*THE GREAT UNCONFORMITY*” DI SKENA MUSIK SURABAYA

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu komunikasi



Disusun Oleh:
FARRELDIORA ARSI PUTRI
1152000044

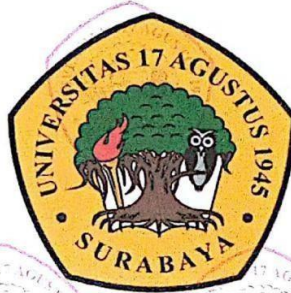
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2025

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *YELLOW FLOWER LIVING WATER* DALAM MEMPERKENALKAN EP “*THE GREAT UNCONFORMITY*” DI SKENA MUSIK SURABAYA

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu komunikasi



Disusun Oleh:

FARRELDIORA ARSI PUTRI

1152000044

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2025

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Farreldiora Arsi Putri

NIM : 1152000044

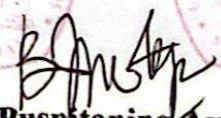
**Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Yellow Flower Living Water
Dalam Memperkenalkan EP "The Great Unconformity" di
Skena Musik Surabaya**

**Mengetahui
Dekan**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Surabaya, 13 Januari 2025
Disetujui oleh
Dosen Pembimbing**


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP
NPP. 20120.87.0103


Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A
NPP. 20150170746

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal : 20 Desember 2024

Dewan Penguji:

1. Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A
Ketua
2. Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA
Anggota
3. Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusrandi, S.Sos., M.A
Anggota

(*Beta Puspitaning Ayodya*)

(*Widiyatmo Ekoputro*)

(*Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusrandi*)

Mengesahkan
Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP
NPP. 20120.87.0103

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Farreldiora Arsi Putri
NIM : 1152000044
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa sebagian maupun secara keseluruhan isi yang terdapat pada Skripsi saya yang berjudul,

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *YELLOW FLOWER LIVING WATER* DALAM MEMPERKENALKAN EP "*THE GREAT UNCONFORMITY*" DI SKENA MUSIK SURABAYA

Merupakan benar-benar hasil karya tulis yang bersifat intelektual mandiri dan diselesaikan tanpa adanya unsur-unsur yang tidak diizinkan serta bukan merupakan karya intelektual milik orang lain yang saya akui sebagai karya sendiri.

Segala sumber referensi yang saya gunakan sebagai rujukan penulisan Tugas Akhir ini telah tertulis secara detail dan lengkap pada daftar pustaka. Apabila ternyata pernyataan ini tidak sesuai dengan kebenaran, maka saya bersedia menerima segala bentuk sanksi peraturan yang telah ditetapkan.

Surabaya, 5 Januari 2025



Farreldiora Arsi Putri
NIM : 1152000044



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl.Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farreldiora Arsi Putri
NBI : 1152000044
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), atas karya saya yang berjudul:

“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *YELLOW FLOWER LIVING WATER* DALAM MEMPERKENALKAN EP “*THE GREAT UNCONFORMITY*” DI SKENA MUSIK SURABAYA”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 5 Januari 2025

Yang menyatakan,

Farreldiora Arsi Putri
NIM : 1152000044

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas kehadiran-Nya yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan ini penulis mempersembahkan kepada:

1. Bapak Harry Suhartoyo dan Ibu Lusiana Chandra Sari selaku ayah dan ibu saya.
2. Keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan serta nasihatnya agar saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Muhammad Firhan Ramadhan yang selalu membantu dalam pengerjaan skripsi ini dari awal hingga selesai
4. Untuk diri saya sendiri yang telah semangat, percaya diri, dan berhasil berjuang memerangi rasa malas sehingga dapat menyelesaikan pendidikan sarjana.
5. Teman-teman Drizzly yang senantiasa memberikan hiburan ketika saya dalam kejenuhan mengerjakan skripsi ini.
6. Teman-teman online saya yang juga senantiasa memberikan hiburan ketika saya dalam kejenuhan mengerjakan skripsi ini.
7. Segenap civitas akademika Perguruan Tinggi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang saya banggakan.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Farreldiora Arsi Putri

Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 5 Maret 2002

Alamat : Jl. Wonocolo Pabrik Kulit No. 48, Surabaya

Jenis Kelamin : Perempuan

Kewarganegaraan : Indonesia

Status Perkawinan : Belum Menikah

Agama : Islam

Email : Fayediora73@gmail.com

No. Telp/HP : 0812-3041-1870

Riwayat Pendidikan

1. SDN Margorejo 6 Surabaya (2007 – 2013)
2. SMP Negeri 13 Surabaya (2013 – 2016)
3. SMA Negeri 10 Surabaya (2016 – 2019)
4. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (2020 – 2025)

Pengalaman Organisasi

1. Anggota Ukm Musik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (2020 – 2022)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh *Yellow Flower Living Water* dalam memperkenalkan rilisan EP "*The Great Unconformity*" di skena musik Surabaya. Dengan menggunakan teori *Integrated Marketing Communication* (IMC) dari Kotler dan Armstrong, penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui wawancara, observasi, dan analisis konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa YFLW menggabungkan lima model komunikasi pemasaran, yaitu periklanan melalui Instagram dan X untuk menjangkau audiens yang lebih luas, promosi penjualan melalui *press release*, kolaborasi *merchandise*, dan distribusi *gigs*, serta optimalisasi media sosial untuk meningkatkan *engagement* dan eksposur. Strategi *personal selling* diterapkan melalui interaksi langsung di media sosial untuk mempererat hubungan dengan penggemar, sedangkan pemasaran langsung dilakukan melalui penjualan *merchandise* di *gigs*, tur, dan *showcase* untuk memperkuat koneksi personal dengan audiens. Melalui strategi ini, *Yellow Flower Living Water* berhasil memanfaatkan berbagai elemen komunikasi pemasaran untuk meningkatkan visibilitas EP "*The Great Unconformity*," membangun citra mereka di skena musik lokal, serta membuka peluang untuk ekspansi audiens ke tingkat yang lebih luas.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, *Integrated Marketing Communication* (IMC), *Yellow Flower Living Water*.

ABSTRACT

This study aims to describe the marketing communication strategies employed by Yellow Flower Living Water in introducing their EP release, "The Great Unconformity," within the Surabaya music scene. Using the Integrated Marketing Communication (IMC) theory by Kotler and Armstrong, the research adopts a qualitative descriptive approach through interviews, observations, and content analysis. The results indicate that YFLW combines five marketing communication models: advertising via Instagram and X to reach a broader audience, sales promotion through press releases, merchandise collaboration, and gig distribution, as well as social media optimization to enhance engagement and exposure. Personal selling strategies are applied through direct interaction on social media to strengthen relationships with fans, while direct marketing is implemented through merchandise sales at gigs, tours, and showcases to foster personal connections with the audience. Through these strategies, Yellow Flower Living Water effectively utilizes various elements of marketing communication to increase the visibility of their EP "The Great Unconformity," build their image in the local music scene, and create opportunities for expanding their audience on a broader scale.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Integrated Marketing Communication (IMC), Yellow Flower Living Water.*

KATA PENGANTAR

Segala puji peneliti ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran *Yellow Flower Living Water* Dalam Memperkenalkan Ep “*The Great Unconformity*” Di Skena Musik Surabaya”. Skripsi yang peneliti ajukan merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Saya sebagai peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini sangat memungkinkan masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran akan saya terima dengan senang hati dan dapat menjadi bahan evaluasi agar lebih baik ke depannya. Dalam perjalanan dan penulisan skripsi ini, tentunya banyak mengalami kesulitan. Maka dari itu, di kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dan mendukung skripsi ini, sehingga dapat terselesaikan.

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Drs. Agung Pudjianto, MM selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Ibu Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom.,M.Med.Kom. selaku dosen wali yang telah membimbing peneliti dari awal hingga akhir perkuliahan.
6. Ibu Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A selaku dosen pembimbing satu, serta Ibu Irmasanthi Danadharta, S.Hub. Int., MA selaku dosen pembimbing dua. Peneliti ucapkan banyak terima kasih atas bimbingan dan arahnya selama proses penelitian ini dilakukan, hingga mencapai tahap peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
7. Seluruh dosen pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah berjasa selama 4 tahun perkuliahan dalam memberikan ilmu kepada peneliti.

8. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas segala materi yang diberikan, serta seluruh staff Tata Usaha yang telah membantu dalam administrasi dari awal perkuliahan hingga akhir.
9. Orang tua penulis, Ayah dan Ibu yang terhormat dan paling saya cintai, terimakasih atas segala doa dan dukungan selama perkuliahan sehingga membuat penulis semangat dan memiliki keinginan untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih untuk Muhammad Firhan Ramadhan yang sudah mensuport selama penulisan skripsi dari awal hingga akhir.
11. Serta tidak lupa juga ucapan terima kasih kepada teman-teman peneliti yang selalu memberikan semangat dan mendukung selama penelitian serta perkuliahan 4 tahun ini, terutama: teman – teman Drizzly, Putri Alviana, Muhammad Sofyan Arissaputra, dan Vico Abirama Audhiza.

Akhir kata, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis,



Farreldiora Arsi Putri
NIM : 1152000044

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	II
TANDA TANGAN PENGESAHAN SKRIPSI	III
MOTTO	IV
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI	V
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	VI
HALAMAN PERSEMBAHAN	VII
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	VIII
ABSTRAK	IX
ABSTRACT	X
KATA PENGANTAR	XI
DAFTAR ISI	XIII
DAFTAR GAMBAR	XVI
DAFTAR TABEL	XVII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.1.1. Hasil Penelitian Terdahulu	12
2.2. Landasan Teori	13

2.2.1	Integrated Marketing Communication	14
2.3	Landasan Konseptual.....	19
2.3.1	Komunikasi Pemasaran	19
2.3.2	Strategi Komunikasi Pemasaran	19
2.3.3	Extended Play	19
2.3.4	Skena Musik Indie di Surabaya.....	20
2.4	Kerangka Dasar Pemikiran	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1	Pendekatan Penelitian.....	25
3.2	Jenis Penelitian	25
3.3	Subjek dan Objek Penelitian.....	25
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.4.1	Jenis Data.....	26
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	27
3.5	Teknik Analisis Data	28
3.6	Keabsahan Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		31
4.1	Deskripsi Subjek/Objek Penelitian	31
4.1.1	Gambaran Umum <i>Yellow Flower Living Water</i>	31
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	35
4.2.1	Strategi Periklanan dalam menunjang Promosi EP ” <i>The Great unconformity</i> ” melalui Instagram dan X.....	35
4.2.2	Strategi Promosi penjualan EP “ <i>The Great Unconformity</i> ” melalui <i>Press Release</i> , Kolaborasi <i>Merchandise</i> , dan Distribusi <i>Gigs</i>	40
4.2.3	Optimalisasi Media Sosial sebagai Alat Strategis untuk Meningkatkan <i>Engagement</i> dan Eksposur YFLW	46
4.2.4	Strategi <i>Personal Selling</i> YFLW melalui Interaksi Media Sosial untuk Meningkatkan Kedekatan dengan Penggemar	49
4.2.5	Pemasaran Langsung YFLW melalui Strategi Penjualan <i>Merchandise</i> di <i>Gigs</i> , Tur, dan <i>Showcase</i> untuk Mendekatkan Diri dengan Penggemar.....	53

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	67
Lampiran 1. Pertanyaan Wawancara.....	67
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	69
a. Wawancara Informan 1 Rafif Taufani	69
b. Wawancara Informan 2 Raka Pradana	71
Lampiran 3 Kartu Bimbingan	75
Lampiran 4 Lembar Perintah Revisi Penguji 1.....	77
Lampiran 5 Lembar Perintah Revisi Penguji 2.....	78
Lampiran 6 Lembar Perintah Revisi Penguji 3.....	79
Lampiran 7 Hasil Turnitin.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pendengar Spotify	5
Gambar 2. 1 Bagian Kerangka Penelitian	23
Gambar 4. 1 Foto Profil Band.....	32
Gambar 4. 2 Logo Band.....	33
Gambar 4. 3 EP “ <i>The Great Unconformity</i> ”	34
Gambar 4. 4 Laman Instagram dan X YFLW	36
Gambar 4. 5 Postingan Threads dari band Drizzly, The Jansen, dan FSTVLST	38
Gambar 4. 6 Akun X dari salah satu member KUNG-FU GIRL.....	42
Gambar 4. 7 Kolaborasi Merch dengan Flying Tofu dan Apadowntown	45
Gambar 4. 8 laman X YFLW	48
Gambar 4. 9 Repost Story Instagram YFLW.....	50
Gambar 4. 10 laman X YFLW	51
Gambar 4. 11 Balasan YFLW terkait threads audiens mereka	52
Gambar 4. 12 Foto Panggung YFLW dengan bendera “Lack Of Father Figure”	55
Gambar 4. 13 Dokumentasi Showcase perilisan EP “ <i>The Great Unconformity</i> ” oleh YFLW	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
---------------------------------------	---