ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN DIALOG SENJA DALAM MEMPROMOSIKAN ALBUM LARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

MUHAMAD GINANJAR PRIHADI

0441 15 541

PERPUSTAKAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR

Tgl Terima :

No. Induk Buku : 1298/xi/FISIP/2021

No Class : 1298 MUH a 2019

Sumber Buku :

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS PAKUAN

BOGOR

JULI 2019

CamScanner

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama	: Muhamad Ginanjar Pribadi
NPM	: 044115541
Judul	: Analisis Komunikasi Pemasaran Dialog Senja Dalam Mempromosikan Album Lara

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I	: Dr.David Rizar Nugroho, M.Si NIK. 1.0909 048 514
Pembimbing II	: Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn NIK. 1.0113 001 607
Pembaca	: Layung Paramesti Martha, M.Si NIK: 1.0616 049 756
Ditetapkan di	: Bogor
Tanggal:	: 23 Juli 2019

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

Dr. Agnes Setyowati H.,M.Hum
NIK : 1 0295 006 229

Ketua Program Studi

Muslim.M.Si
NIK: 1 0909 048 513

CamScanner

ABSTRAK

MUHAMAD GINANJAR PRIHADI. 04411541. 2019. Analisis Komunikasi Pemasaran Dialog Senja dalam Mempromosikan Album Lara. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi,
Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan : **David Rizar Nugroho dan Dwi Rini S. Firdaus.**

Skripsi ini merupakan hasil penelitian mengenai Analisis Komunikasi Pemasaran Dialog Senja Dalam Mempromosikan Album Lara. Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana komunikasi pemasaran dalam mempromosikan album Lara pada band Dialog Senja. Penelitian ini mengacu pada Bauran Pemasaran (4P) yang terdiri dari komunikasi produk, komunikasi harga, komunikasi tempat dan komunikasi promosi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teknik keabsahan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Komunikasi pemasaran akan membantu bagaimana mempromosikan album Lara milik Dialog Senja. Hasil dari penelitian ini adalah Dialog Senja adalah band independen yang mengerjakan semuanya sendiri mulai dari produksi maupun pemasarannya. Album tersebut merupakan album pertama Dialog Senja. Pemasaran yang dilakukan oleh Dialog Senja lebih banyak menggunakan media sosial. Inovasi produk dalam sebuah band sangat diperlukan dalam hal ini. Seperti yang dikatakan oleh triangulasi sumber bahwa produk dari band itu bukan hanya bunyi. Di era yang cepat sekali berubah ini Dialog Senja harus mampu bersaing dalam industri musik. Dialog Senja lebih perlu memperluas jaringan distribusinya dan menjalin kerja sama dengan distributor agar nama Dialog Senja semakin dikenal.

Kata Kunci: Album Lara, Bauran Pemasaran, Dialog Senja, Promosi

CamScanner