

**ANALISIS NARATIF INSTAGRAM @y2kstudio
TAHUN 2017-2018 SEBAGAI BENTUK PENERAPAN
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL
Y2K MUSIC SCHOOL AND STUDIO**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu
Sosial, Universitas Bakrie**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

NOVITA MARGARETH MARTA

1151003116

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Novita Margareth Marta

NIM : 1151003116

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Novita Margareth Marta', enclosed in a simple rectangular box.

Tanggal : 26 April 2019

HALAMAN PENGESAHAN

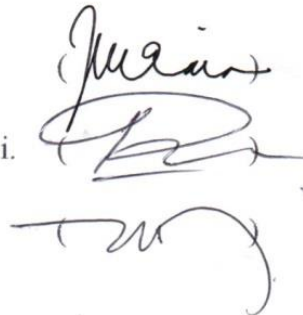
Proposal Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Novita Margareth Marta
NIM : 1151003116
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Naratif Instagram @y2kstudio Tahun 2017-2018
Sebagai Bentuk Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran
Digital Y2K Music School and Studio

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, MMediaPrac
Penguji 1 : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos, M.Si.
Penguji 2 : Suharyanti, M.S.M



Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : 26 April 2019

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa melimpahkan berkat dan anugerah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Naratif Instagram @y2kstudio Tahun 2017-2018 Sebagai Bentuk Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Y2K Music School and Studio” ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Pada kesempatan kali ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah dengan tulus hati mendukung dan membantu saya selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini berlangsung, saya ingin mengucapkan terima kasih dengan setulus-tulusnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus

Puji dan syukur, hormat serta kemuliaan, penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa setia memberikan pertolongan kepada penulis sejak awal dimulainya masa perkuliahan penulis hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini demi memperoleh gelar sarjana seperti sebagaimana yang selama ini penulis perjuangkan. Tanpa Tuhan Yesus, perjuangan sekecil apapun tak akan pernah ada artinya, tetapi berjuang bersama-Nya membuat segala sesuatu tak pernah berkekurangan dan senantiasa indah pada waktu-Nya.

2. Papa, Mama, Yayang, Papa Tua Dany, Mama Tua Bella, Mama Hembo, dan Harlan

Ungkapan terima kasih juga tak henti penulis haturkan kepada Papa, Mama, dan juga Yayang, keluarga kecilku yang tak pernah ada habisnya memberikan support dan kekuatan kala masa suka dan sukar perkuliahan. Terima kasih untuk Papa Tua Dany dan Mama Tua Bella yang senantiasa memberikan dukungan baik secara moril juga materil. Terima kasih juga kepada Mama Hembo dan Harlan yang selalu mendukung dan menguatkan. Terima kasih untuk segenap doa, upaya,

kekuatan, dan penyertaan kalian senantiasa sehingga penulis dapat menyelesaikan studi S1 penulis dengan sangat baik adanya.

3. Ibu Mirana Hanathasia, MmediaPrac

Ungkapan terima kasih juga saya haturkan kepada Ibu Mirana Hanathasia selaku dosen pembimbing tugas akhir yang sudah dengan begitu baik dan sabar membimbing saya dalam menyusun tugas akhir ini, sehingga tugas akhir ini akhirnya dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih untuk semua arahan dan ilmu yang Ibu kerahkan, terima kasih juga untuk semangat dan kalimat-kalimat yang menguatkan kala penulis menjalani masa-masa sukar dalam proses penyusunan tugas akhir penulis.

4. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih juga penulis sampaikan kepada dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Terima kasih Pak dan Buk untuk ilmu, bimbingan, dan arahan selama penulis menjalani masa perkuliahan. Terima kasih sudah membagikan banyak sekali hal yang menjadi bekal penting bagi penulis untuk dapat menjadi lulusan ilmu komunikasi yang ber kredibilitas, berpengetahuan, dan bertanggung jawab.

5. Y2K Music School and Studio

Terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada Y2K Music School and Studio yang sudah dengan sangat terbuka mengizinkan saya menjadikan Y2K Music School and Studio menjadi objek utama penelitian. Terima kasih untuk seluruh jajaran terkhususnya *owner*, *admin*, dan juga seluruh bagian yang sudah turut serta mengambil bagian dalam proses penyusunan tugas akhir penulis.

6. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2015

Terima kasih juga saya sampaikan kepada segenap mahasiswa/i, teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie angkatan 2015 tersayang yang telah menjadi teman seperjalanan juga teman seperjuangan yang setia dalam kebersamaan selama kurang lebih 4 tahun berjalan, terima kasih telah menjadi bagian dari masa-masa

pendidikan memperoleh gelar sarjana yang kita perjuangkan bersama. Kiranya sukses beserta kita semua!

7. Rahel Priskila Nauli Tampubolon dan Alicia Josephine Wairata

Teruntuk kedua teman yang Tuhan percayakan untuk menjadi pendamping setia melalui banyak masa-masa sulit dalam menyelesaikan tugas akhir ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih dari hati yang paling dalam. Tanpa kalian, mungkin bangkit dan terus maju tidak akan menjadi pilihan. Terima kasih banyak untuk kesabaran, semangat, kehangatan, kekuatan, kehadiran, serta doa yang tak pernah henti diucapkan.

8. Kiara Hani Fauzia, Puspa Arum Mekaridanto, dan Tika Dwi Cahyani

Terima kasih teruntuk Kiara, Puspa, dan Tika yang sudah menjadi teman seperjalanan dan teman seperjuangan yang senantiasa tulus menemani dan memberikan banyak sekali pertolongan sepanjang masa perkuliahan. Terima kasih untuk semangatnya, terima kasih untuk setiap pertolongan dan tangan yang terulur, dan terima kasih banyak untuk selalu ada dalam setiap keluh kesah yang hadir.

9. Bekasi Squad

Terima kasih juga untuk Bekasi Squad yang beranggotakan: Mbak Indri, Nadila, Elisa, Puspa, Rose, dan Annisa yang telah menjadi teman seperjalanan dalam perkuliahan dan juga teman seperjalanan pulang ke Bekasi. Satu hal yang juga tak akan pernah terlupakan dari masa perkuliahan ini ialah kebersamaan dalam pulang dan pergi kuliah yang penuh perjuangan menaiki KRL. Dengan kalian, perjalanan pergi dan pulang se-menyebalkan apapun selalu saja menghadirkan tawa dan malah berganti menjadi momen yang menyenangkan.

10. Nisya Aulia, Jihan Rana Mahira, Everest Rinjani, dan Marina

Terima kasih juga penulis haturkan kepada pertemanan yang telah banyak mengingatkan dan menguatkan. Terima kasih untuk “kita” yang secara tiba-tiba terbentuk karna “hal-hal” yang membuat perkuliahan penulis jauh lebih berwarna.

11. Djitonatic

Terima kasih juga penulis haturkan kepada teman-teman yang tergabung dalam grup bernama Djitonatic, yang beranggotakan: Alda, Irna, Kiara, Maysa, Mega, Monica, Nisya, Okti, Thia, dan Windy. Pertemanan yang terbentuk karena banyaknya tugas yang menuntut untuk dikerjakan dalam sebuah kelompok ini ternyata bertahan hingga masa akhir perkuliahan. Terima kasih teman-teman untuk tugas-tugas yang boleh kita selesaikan bersama sepanjang masa perkuliahan. Banyak sekali hal yang tidak akan pernah terlupakan sepanjang masa perkuliahan bersama kalian, berbagai tugas *shooting*, belajar bersama-sama H-1 sebelum ujian, rangkuman Alda, lalu *shooting* lagi, sampai magang bersama! Terima kasih telah membuat perkuliahan ini menjadi salah satu perjalanan yang membanggakan. Perjalanan menjadi “yang terbaik” bersama kalian tentunya tak akan pernah terlupakan!

12. Sociah Club

Terima kasih juga penulis sampaikan kepada pertemanan yang sudah setia semenjak terbentuknya pada masa SMA dahulu. Terima kasih untuk dukungannya meskipun satu dengan yang lain diantara kita sedang berjauhan. Terima kasih Ariesta, Assa, Dyandhra, Elisa, Farah, Farisha, Kartika, Lydia, dan Mia. Dulu kita bermimpi untuk kuliah disini dan disana, sekarang mimpi yang kita sebut-sebut dulu sudah hampir sampai pada tujuan akhirnya, gelar sarjana! Selamat dan terima kasih teman-teman Sociah-ku!

13. Tera Geng

Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Tera Coffee and Resto yang menjadi tempat *favorite* dimana penulis biasa menghabiskan waktu yang cukup lama berkutat dengan tugas akhir yang harus segera diselesaikan. Terima kasih Tera Coffee and Resto teruntuk Es Kopi Tera yang rasanya selalu juara dan dengan didukung oleh seluruh pendukung hebat didalamnya, yaitu Jazzy, Kak Abi, Kak Cici, Kak

Yogi, Ekin, Atan, Kak Clara, Bang Dieko, Ribka, Alicia, Rahel, Puti, Rayhan, Axel, Theo, dan Irsyad.

14. Von Bulow Family

Terima kasih sedalam-dalamnya juga penulis sampaikan untuk Kak Onon, Kak Karen, dan Angel yang sangat berperan serta dalam proses penyelesaian tugas akhir penulis. Terima kasih sudah mengizinkan rumahnya untuk menjadi rumah kedua kala penulis mengerjakan tugas akhir. Terima kasih sudah selalu mendengarkan dan menguatkan penulis dalam masa-masa sulit yang harus penulis lalui sepanjang proses penulis menyelesaikan tugas akhir penulis.

15. Mia Dody Kardila dan Hana Rufaidah Larassati

Terima kasih juga penulis haturkan teruntuk Mia dan Hana yang sudah banyak membantu dan memberikan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir dengan segala persyaratannya, terima kasih sudah banyak mengingatkan dan peduli terhadap hal kecil yang hampir terlewatkan. Terima kasih untuk waktunya ketika *urgent* dan harus segera mengumpulkan ini dan itu, terima kasih untuk selalu ada, mendengarkan, dan menguatkan. Kisah mengejar gelar sarjana ilmu komunikasi dalam masa perkuliahan 3,5 tahun bersama kalian yang sudah kita canangkan dari semester satu tak akan pernah terlupakan!

Demikian ungkapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini saya sampaikan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat baik secara praktis maupun teoritis.

Jakarta, 26 April 2019

Novita Margareth Marta

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novita Margareth Marta

NIM : 1151003116

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Naratif Instagram @y2kstudio Tahun 2017-2018 Sebagai Bentuk Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Y2K Music School And Studio”

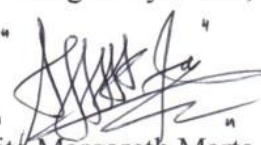
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 26 April 2019

Yang menyatakan,


Novita Margareth Marta

***ANALISIS NARATIF INSTAGRAM @Y2KSTUDIO TAHUN 2017-2018
SEBAGAI BENTUK PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITAL Y2K MUSIC SCHOOL AND STUDIO***

Novita Margareth Marta

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Y2K Music School and Studio melalui akun instagram @y2kstudio pada tahun 2017-2018. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk melihat bagaimana penerapan pendekatan analisis naratif dalam menganalisa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan melalui *platform digital*, dalam hal ini akun media sosial instagram. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis naratif dan *genre studies*. Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dengan pengamatan dan penelusuran langsung terhadap akun instagram @y2kstudio dan data sekunder diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam terhadap para informan. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Y2K Music School and Studio melalui akun @y2kstudio pada tahun 2017 masih bersifat *hard selling* dengan fokus *product oriented*, sedangkan pada tahun 2018 strategi yang diterapkan bersifat lebih *soft selling* dengan fokus *user oriented*.

Kata kunci: Strategi komunikasi pemasaran, analisis naratif, instagram.

***ANALISIS NARATIF INSTAGRAM @Y2KSTUDIO TAHUN 2017-2018
SEBAGAI BENTUK PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITAL Y2K MUSIC SCHOOL AND STUDIO***

Novita Margareth Marta

ABSTRACT

This research was conducted to find out the marketing communication strategies implemented by Y2K Music School and Studio through instagram account @y2kstudio in 2017-2018. The purpose of this research is to see how the application of the narrative analysis approach in analyzing the marketing communication strategies applied through digital platforms, in this case the social media instagram accounts. This research is a qualitative research with a narrative analysis and genre studies approach. The data sources in this research are primary data obtained by search and direct observation of instagram accounts @y2kstudio and secondary data obtained by conducting in-depth interviews with informants. The results of this research state that the marketing communication strategy implemented by Y2K Music School and Studio through the @y2kstudio account in 2017 is still hard selling strategy with a product oriented focus, while in 2018 the applied strategy is more soft selling with a user oriented focus.

Keywords: Marketing communication strategy, narrative analysis, instagram.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR BAGAN	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Manfaat Penelitian.....	22
BAB II KERANGKA TEORITIS	24
2.1 Tinjauan pustaka terkait dengan penelitian sebelumnya.....	24
2.2 Tinjauan pustaka terkait dengan kerangka pemikiran.....	62
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Digital.....	62
2.2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	62
2.2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	63
2.2.1.3 Pengertian Komunikasi Pemasaran Digital.....	64
2.2.1.3.1 <i>Social Media Marketing</i>	65
2.2.1.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Markating Communication</i>).....	65
2.2.1.4.1 Konsep IMC.....	67
2.2.1.4.2 Tujuan IMC.....	67
2.2.2 Jejaring Sosial Instagram.....	67
2.2.2.1 Fitur-Fitur Instagram.....	68

2.2.2.2 Kandungan Pesan Foto.....	71
2.2.2.3 Kualitas Informasi.....	71
2.2.3 Analisis Naratif dan <i>Genre Studies</i>	72
2.3 Kerangka pemikiran.....	74
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	76
3.1 Metodologi Penelitian.....	76
3.2 Objek Penelitian.....	77
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	78
3.3.1 Sumber Data.....	78
3.3.1.1 Data Primer.....	78
3.3.1.2 Data Sekunder.....	78
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	79
3.3.2.1 <i>In-depth Interview</i>	79
3.3.2.2 Penelusuran Data Online.....	82
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	82
3.4.1. Definisi Konseptual.....	82
3.4.2. Definisi Operasional.....	82
3.5 Teknik Analisis Data.....	84
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	85
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	86
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	174
5.1 Kesimpulan.....	174
5.2 Saran-saran.....	175
5.2.1 Saran Teoritis.....	175
5.2.2 Saran Praktis.....	176
DAFTAR PUSTAKA.....	177

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Y2K Music School and Studio Tahun 2017: Potongan Biaya Pendaftaran.....	8
Gambar 1.2 Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Y2K Music School and Studio Tahun 2017: <i>Coaching Clinic</i>	8
Gambar 1.3 Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Y2K Music School and Studio Tahun 2017: <i>Home Concert</i>	9
Gambar 1.4 Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Y2K Music School and Studio Tahun 2018: <i>Video Cover</i> Para Murid.....	10
Gambar 1.5 Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Y2K Music School and Studio Tahun 2018: <i>Video Cover</i> Para Murid.....	11
Gambar 1.6 <i>The 4 Stages of Product Life Cycle</i>	11
Gambar 1.7 Ciri Khas Strategi Pemasaran Y2K Music School and Studio: Membagikan Jadwal Sebelum Penampilan di Momen Hari Raya, 2017.....	13
Gambar 1.8 Ciri Khas Strategi Pemasaran Y2K Music School and Studio: Membagikan Konten Terkait Penampilan di Momen Hari Raya Ramadhan, 2017.....	14
Gambar 1.9 Ciri Khas Strategi Pemasaran Y2K Music School and Studio: Membagikan Konten Terkait Penampilan di Momen Hari Raya Kemerdekaan, 2017.....	14
Gambar 1.10 Ciri Khas Strategi Pemasaran Y2K Music School and Studio: Membagikan Konten Terkait Penampilan di Momen Hari Raya Natal, 2017.....	14
Gambar 1.11 Ciri Khas Strategi Pemasaran Y2K Music School and Studio: Membagikan Konten Terkait Penampilan di Momen Tahun Baru China, 2018...	15
Gambar 1.12 Ciri Khas Strategi Pemasaran Y2K Music School and Studio: Membagikan Jadwal Sebelum Penampilan di Momen Hari Raya, 2018.....	15
Gambar 1.13 Ciri Khas Strategi Pemasaran Y2K Music School and Studio: Membagikan Konten Terkait Penampilan di Momen Hari Raya Ramadhan, 2018.....	16

Gambar 1.14 Ciri Khas Strategi Pemasaran Y2K Music School and Studio: Membagikan Jadwal Sebelum Penampilan di Momen Hari Raya, 2018.....	16
Gambar 1.15 Ciri Khas Strategi Pemasaran Y2K Music School and Studio: Membagikan Konten Terkait Penampilan di Momen Hari Raya Natal, 2018.....	17
Gambar 1.16 Data Pengguna Internet Tahun 2018.....	18
Gambar 1.17 Data Penggunaan Media Sosial Tahun 2018.....	19
Gambar 4.1 Logo Y2K Music School and Studio.....	88
Gambar 4.2 Edwin Steven Leonardo, <i>owner</i> Y2K Music School and Studio.....	99
Gambar 4.3 Dian Ayu Lestarina, <i>admin</i> Akun Instagram @y2kstudio.....	100
Gambar 4.4 Jeckwin Giovally Latuhihin, Murid Vokal Y2K Music School and Studio dan <i>Followers</i> Akun @y2kstudio.....	101
Gambar 4.5 Tri Nuraini, PR & Marketing Manager Quipper, Ltd.....	101
Gambar 4.6 <i>Official Instagram Account</i> @y2kstudio.....	103
Gambar 4.7 Strategi Komunikasi Pemasaran “ <i>Feels Like Home</i> ”.....	106
Gambar 4.8 Strategi Komunikasi Pemasaran “ <i>Feels Like Home</i> ”.....	107
Gambar 4.9 Strategi Komunikasi Pemasaran “ <i>Feels Like Home</i> ”.....	108
Gambar 4.10 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbentuk <i>Hard selling</i>	111
Gambar 4.11 Strategi Komunikasi Pemasaran “ <i>Kelas Performance</i> ”.....	117
Gambar 4.12 Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Performance</i> Tahunan.....	119
Gambar 4.13 Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Performance</i> Tahunan.....	120
Gambar 4.14 Strategi Komunikasi Pemasaran Program Unggulan Tahunan.....	122
Gambar 4.15 Strategi Komunikasi Pemasaran Program Unggulan Tahunan.....	123
Gambar 4.16 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbentuk <i>Hard selling</i> Diskon 50% Biaya Pendaftaran.....	143
Gambar 4.17 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbentuk <i>Hard selling Jazz Vocal Choaching Clinic</i>	143
Gambar 4.18 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbentuk <i>Hard selling</i> Diskon 50% Biaya Pendaftaran.....	144
Gambar 4.19 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbentuk <i>Hard selling Home Concert</i>	144
Gambar 4.20 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbentuk <i>Hard selling Internal Concert</i>	145

Gambar 4.21 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbentuk <i>Hard selling Drum Clinic</i>	145
Gambar 4.22 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbentuk <i>Hard selling Internal Concert & Free Registration</i>	146
Gambar 4.23 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbentuk <i>Softselling</i> Serangkaian Konten <i>Video Cover</i> Siswa.....	151
Gambar 4.24 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbentuk <i>Softselling</i> Serangkaian Konten <i>Performance</i> Tahunan pada <i>Event</i> Imlek.....	152
Gambar 4.25 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbentuk <i>Softselling</i> Serangkaian Konten <i>Performance</i> Tahunan pada <i>Event</i> Kemerdekaan.....	152
Gambar 4.26 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbentuk <i>Softselling</i> Serangkaian Konten <i>Performance</i> Tahunan pada <i>Event</i> Ramadhan.....	153
Gambar 4.27 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbentuk <i>Softselling</i> Serangkaian Konten <i>Performance</i> Tahunan pada <i>Event</i> Natal.....	153
Gambar 4.28 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbentuk <i>Softselling</i> Konten Program Unggulan Tahunan: Perlombaan Internasional.....	154
Gambar 4.29 Pemanfaatan Fitur Instagram: Unggah Foto/ <i>Video Perform</i>	164
Gambar 4.30 Pemanfaatan Fitur Instagram: Unggah <i>Video Cover</i>	165
Gambar 4.31 Pemanfaatan Fitur Instagram: Unggah Kegiatan Kelas <i>Ballet</i>	166
Gambar 4.32 Pemanfaatan Fitur Instagram: Pemanfaatan <i>Instagram Story</i>	167
Gambar 4.33 Pemanfaatan Fitur Instagram: Pemanfaatan <i>Instagram Story</i>	167
Gambar 4.34 Pemanfaatan Fitur Instagram: Ciri Khas <i>Feed</i> Instagram @y2kstudio.....	169
Gambar 4.35 Pemanfaatan Fitur Instagram: Ciri Khas <i>Feed</i> Instagram @y2kstudio.....	169
Gambar 4.36 Pemanfaatan Fitur Instagram: Ciri Khas <i>Feed</i> Instagram @y2kstudio.....	170
Gambar 4.37 Pemanfaatan Fitur Instagram: Pemanfaatan Fitur <i>Highlight</i>	171

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Sekolah Musik Terbaik di Indonesia.....	2
Tabel 2.1 Tinjauan pustaka terkait dengan penelitian sebelumnya.....	28
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	83
Tabel 4.1 Susunan Pengurus Sekolah Musik Y2K Studio.....	91
Tabel 4.2 Tingkatan Pendidikan di Sekolah Musik Y2K Studio.....	94

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	74
Bagan 3.1 Teknik Analisis Data Penelitian.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Panduan Wawancara.....	184
Lampiran 2: Transkrip Wawancara Informan Utama 1.....	198
Lampiran 3: Transkrip Wawancara Informan Utama 2.....	208
Lampiran 4: Transkrip Wawancara Subjek Triangulator 1.....	216
Lampiran 5: Transkrip Wawancara Informan Tambahan.....	239
Lampiran 6: Transkrip Wawancara Subjek Triangulator 2.....	247

