

**STRATEGI *BRANDING* NOICE SEBAGAI PLATFORM *AUDIO*
STREAMING MELALUI KONTEN KREATIF DI *INSTAGRAM* (STUDI
PADA AKUN *INSTAGRAM* @NOICE.ID)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



PRISCILLA KHARISBROSSMERRY

1181003105

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

JAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Priscilla Kharisbrossmerry

NIM : 1181003105

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Priscilla Kharisbrossmerry', written over a light gray rectangular background.

Tanggal : 15 Juli 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Priscilla Kharisbrossmerry

NIM : 1181003105


Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : **“Strategi *Branding* Noice sebagai Platform *Audio Streaming* melalui Konten Kreatif di *Instagram* (Studi Pada Akun *Instagram* @Noice.id)**

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ari Kurnia, S. Ikom., M. I. Kom ()

Penguji 1 : Ajenk Ningga Citra, S. Sos., M. Si. ()

Penguji 2 : Adrian Arditiar, S.Sos., M.I.Kom. ()

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 5 Agustus 2022

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan berkat dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan judul “Strategi Konten Kreatif Noice dalam Mempromosikan Platform *Audio Streaming* (Studi pada *Instagram @noice.id*)”. Penyusunan tugas akhir ini dibuat bertujuan untuk memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dalam Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Dalam penyusunan tugas akhir ini banyak pihak yang telah membantu serta mendukung penulis. Oleh karena itu, tidak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Orang Tua & Adik

Terima kasih kepada keluarga khususnya kepada kedua orang tua penulis yang selalu memberi kasih sayang, dukungan, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

2. Dra. Suharyanti, M. S. M

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang mendukung, membimbing selalu penulis dan teman penulis selama dalam perkuliahan

3. Ari Kurnia, S. Ikom., M. I. Kom

Terima kasih kepada Ms Ari Kurnia selaku dosen pembimbing magang hingga skripsi penulis. Terima kasih sudah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan semangat dan motivasi, dan juga sangat membantu penulis agar menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

4. Ajenk Ningga Citra, S. Sos., M. Si & Adrian Arditiar, S.Sos., M.I.Kom

Terima kasih kepada Ms Ajenk dan Mas Adrian selaku dosen penguji skripsi dalam memberikan arahan dan membimbing penulis agar menyusun tugas akhir dengan lebih baik lagi.

5. Dosen Ilmu Komunikasi

Terima kasih kepada para dosen terutama kepada dosen pembimbing akademik saya yaitu Ibu Eli Jamilah Mihardja atas bimbingannya selama

masa perkuliahan ini, terima kasih juga kepada Ibu Mirana Hanathasia yang juga sudah membimbing penulis selama perkuliahan, dan terima kasih juga untuk para dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

6. Karyawan dan Staff Universitas Bakrie

Terima kasih kepada karyawan dan Staff yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu karena telah membantu saya untuk administrasi perkuliahan, keuangan, dan lain sebagainya, khususnya Mas Anang (Alm.) yang telah berjasa dalam mengurus administrasi perkuliahan penulis hingga keperluan lainnya.

7. Orang Spesial

Terima kasih kepada Katon Rezy Fauji selama 2 tahun belakangan ini yang selalu ada untuk membantu dan mendampingi ketika penulis menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir.

8. Teman Dekat Penulis

Terima kasih kepada Efraim Selina Affidona Piri, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah menjadi pendengar juga teman yang menemani penulis dari dulu hingga saat ini. Terima kasih atas motivasi, serta dukungan yang diberikan kepada penulis.

9. Rekan Kerja

Terima kasih kepada kak Suryo dan kak Ricky selaku narasumber, terima kasih karena selalu mendukung penulis untuk mengerjakan skripsi dengan tepat waktu.

10. Teman-Teman Ilmu Komunikasi 2018

Terima kasih penulis ucapkan kepada teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang sudah saling menyemangati dan membantu banyak hal dari awal semester hingga menjalani tugas akhir ini.

11. Diri Sendiri

Tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada diri sendiri karena sudah berhasil bertahan sejauh ini, sudah berjuang, sudah pantang menyerah

walaupun terkadang sering merasa kalah, sudah ingin selalu semangat terutama dalam menjalankan skripsi ini, serta menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Akhir kata, penulis berharap semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menjadi gambaran untuk kemajuan laporan ini.

Jakarta, 15 Juli 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rizki', written in a cursive style.

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Priscilla Kharisbrossmerry
NIM : 1181003105
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 Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Strategi *Branding* Noice sebagai Platform *Audio Streaming* melalui Konten Kreatif di *Instagram* (Studi pada Akun *Instagram @noice.id*)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), 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 : 15 Juli 2022

Yang Menyatakan



(Priscilla Kharisbrossmerry)

**STRATEGI *BRANDING* NOICE SEBAGAI PLATFORM *AUDIO*
STREAMING MELALUI KONTEN KREATIF DI *INSTAGRAM* (STUDI
PADA AKUN *INSTAGRAM* @NOICE.ID)**

PRISCILLA KHARISBROSSMERRY

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi saat ini juga berdampak pada perkembangan media yang ada di seluruh penjuru dunia, tidak terkecuali radio. Radio dikenal sebagai salah satu media informasi yang cukup lama dan sering dianggap ketinggalan zaman. Namun dalam berjalannya waktu, radio juga berkembang mengikuti dengan arus globalisasi, hingga saat ini sudah hadir dalam bentuk *podcast* yang disajikan dalam sebuah aplikasi. Salah satu platform *audio streaming* yang juga memiliki aplikasi adalah Noice. Dalam pemasarannya sebagai platform *audio streaming*, Noice menggunakan *Instagram* sebagai *lead* platform berupa konten-konten kreatif yang diunggahnya. Dengan mengunggah konten kreatif melalui *Instagram*, Noice berharap mendapatkan daya tarik yang lebih tinggi dari target audiensnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis strategi konten kreatif yang diunggah pada akun *Instagram* @noice.id sebagai pemasarannya selaku platform *audio streaming*. Menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti mengumpulkan data melalui observasi, dokumentasi, serta wawancara kepada *Content Marketing* Noice, *Social Media Leads* Noice, serta juga *followers* dari akun *Instagram* @noice.id. Teknik analisis data yang digunakan berupa analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Konsep yang digunakan untuk menganalisis temuan datanya adalah *Social Media Branding* serta *Digital Media*. Hasil penelitiannya adalah strategi konten kreatif yang digunakan oleh @noice.id berupa pendekatan diri dengan *followers* yang bertujuan untuk meningkatkan *awareness* akun *Instagram* serta aplikasinya. Strategi ini dilakukan dengan cara membuat *campaign* serta mempromosikan platform *audio streaming* berupa cuplikan *podcast* di beberapa episode tertentu. Hasilnya, akun *Instagram* @noice.id berhasil menarik perhatian *audience* karena cukup membuat banyak interaksi antara *followers* dengan @noice.id jika dilihat dari *insight* yang dihasilkan di masing-masing konten.

Kata Kunci: *Audio Streaming*, Konten Kreatif, *Instagram*

**STRATEGI *BRANDING* NOICE SEBAGAI PLATFORM *AUDIO*
STREAMING MELALUI KONTEN KREATIF DI *INSTAGRAM* (STUDI
PADA AKUN *INSTAGRAM* @NOICE.ID)**

PRISCILLA KHARISBROSSMERRY

ABSTRACT

The development of technology today also has an impact on the development of media around the world, there is no radio. Radio is known as one of the information media that is quite old and is often considered outdated. But over time, radio has also developed following the flow of globalization, until now it is present in the form of podcasts that are presented in an application. One of the audio streaming platforms that also has an application is Noice. In marketing as an audio streaming platform, Noice uses Instagram as the lead platform in the form of creative content that it uploads. By uploading creative content through Instagram, Noice hopes to get higher traction from its target audience. Therefore, this study aims to analyze the strategy of creative content uploaded to the @noice.id Instagram account as its marketing as an audio streaming platform. Using a qualitative approach, the researchers collected data through observation, documentation, and interviews with Content Marketing Noice, Social Media Leads Noice, and followers from the @noice.id Instagram account. The data analysis technique used is in the form of interactive analysis which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The concepts used to analyze the data findings are Social Media Branding and Digital Media. The result of the research is the creative content strategy used by @noice.id in the form of a self-approach with followers that aims to increase awareness of Instagram accounts and applications. This strategy is carried out by creating campaigns and promoting audio streaming platforms in the form of podcast footage in certain episodes. As a result, the Instagram account @noice.id managed to attract the attention of viewers because there were quite a lot of interactions between followers and @noice.id when viewed from the insights generated by each content.

Key Word: Audio Streaming, Content Creative, Instagram

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....	12
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	23
2.2.1 <i>Social Media Branding</i>	23
2.2.2 <i>Digital Media</i>	25
2.2.3 <i>Media Sosial Instagram</i>	27
2.2.4 <i>Teori Jurnalisme Audio (Jurnalisme Radio)</i>	28
2.2 Kerangka Berpikir.....	31
BAB III.....	32
METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Desain dan Pendekatan Penelitian.....	32
3.2 Objek Penelitian.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4 Operasional Konsep.....	37

3.5	Teknik Analisis Data	40
3.6	Keabsahan Data	42
3.7	Keterbatasan Penelitian	43
BAB IV		44
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Gambaran Konteks Penelitian	44
4.2	Penyajian Data.....	49
4.3	Pembahasan dan Diskusi	62
BAB V.....		105
SIMPULAN DAN SARAN		105
5.1	Simpulan.....	105
5.2	Kendala dan Keterbatasan	106
5.3	Saran dan Implikasi	106
DAFTAR PUSTAKA		108
LAMPIRAN.....		114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1: Salah Satu Konten yang Berhasil di <i>Instagram</i> @noice.id.....	6
Gambar 1. 2: Data <i>Insight</i> dalam Konten Tersebut.....	6
Gambar 1. 3: Salah Satu Konten yang Kurang Berhasil di Akun <i>Instagram</i> @noice.id	7
Gambar 1. 4: Data <i>Insight</i> dari Konten Tersebut	7
Gambar 1. 5: Salah Satu Konten yang Bertemakan Ramadhan.....	8
Gambar 1. 6: Salah Satu Konten yang Bertemakan Ramadhan.....	8
Gambar 1. 7: Data <i>Engagement Instagram Story</i> di Akun <i>Instagram</i> @noice.id	9
Gambar 1. 8: Data <i>Engagement Instagram Feeds</i> di Akun <i>Instagram</i> @noice.id.....	10
Gambar 1. 9: Data <i>Engagement</i> Akun <i>Instagram</i> @noice.id.....	10
Gambar 1. 10: Data <i>Reach</i> di Akun <i>Instagram</i> @noice.id.....	10
Gambar 4. 1: Logo Noice.....	45
Gambar 4. 2: Konstruksi Logo Noice	45
Gambar 4. 3: Penjelasan Awal Mula Logo Noice	45
Gambar 4. 4: Relasi Bisnis Noice	48
Gambar 4. 5: <i>Media Partner</i> Noice.....	49
Gambar 4. 6: Konten <i>campaign</i> #NongkrongDiNoice by KOL Anya Geraldine yang Terdapat Kesalahan Penulisan pada Nama Noice.....	66
Gambar 4. 7: Letak Kesalahan Penulisan	66
Gambar 4. 8: Konten <i>Partnership</i> dengan Kopi Kenangan Berupa Bagi-bagi Tiket Berizik Live Eps 100.....	68
Gambar 4. 9: Konten Pengumuman Pemenang dalam <i>Partnership</i> dengan Kopi Kenangan.....	68
Gambar 4. 10: Gambar Konten <i>Instagram Story Partnership</i> dengan Telkomsel Berupa Kumpulan Judul-judul Berita tentang Noice dan Telkomsel	69
Gambar 4. 11: Gambar Konten <i>Instagram Story Partnership</i> dengan Telkomsel Berupa Screenshots dari DM <i>Instagram</i>	70
Gambar 4. 12: Gambar Konten <i>Instagram Story Partnership</i> dengan Telkomsel Berupa Pengumuman Mengenai Kuota Gratis Bagi Pengguna Telkomsel yang Menonton <i>Podcast</i> di Aplikasi Noice	70
Gambar 4. 13: Data Kenaikan Followers Akun <i>Instagram</i> @noice.id di Tahun 2021- 2022.....	72
Gambar 4. 14: Konten <i>Best Cut Podcast</i> “Dear Jerome” Episode 1 Menggunakan <i>Instagram Reels</i>	87
Gambar 4. 15: <i>Insight</i> Konten <i>Best Cust Podcast</i> "Dear Jerome" Episode 1 Menggunakan <i>Instagram Reels</i>	87

Gambar 4. 16: <i>Konten Best Cut with Collab Post</i> dengan Deddy Corbuzier Menggunakan Fitur <i>Instagram Reels</i>	89
Gambar 4. 17: <i>Insight Konten Best Cut with Collab Post</i> dengan Deddy Corbuzier Menggunakan Fitur <i>Instagram Reels</i>	89
Gambar 4. 18: <i>Konten Best Cut Talent Ichal Kate</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Reels</i>	91
Gambar 4. 19: <i>Insight Konten Best Cut Talent Ical Kate</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Reels</i>	91
Gambar 4. 20: <i>Konten Best Cut “Musuh Masyarakat”</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Story</i>	92
Gambar 4. 21: <i>Insight Konten Best Cut “Musuh Masyarakat”</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Story</i>	92
Gambar 4. 22: <i>Konten “Scary Things”</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds</i>	93
Gambar 4. 23: <i>Insight Konten “Scary Things”</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds</i>	94
Gambar 4. 24: <i>Konten Best Cut “Bapak2 Banget”</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Reels</i>	95
Gambar 4. 25: <i>Insight Konten Best Cut “Bapak2 Banget”</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Reels</i>	95
Gambar 4. 26: <i>Konten Campaign #NongkrongDiNoice</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds (Video) 1</i>	96
Gambar 4. 27: <i>Insight Konten Campaign #NongkrongDiNoice</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds (Video) 1</i>	96
Gambar 4. 28: <i>Konten Campaign #NongkrongDiNoice</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds (Video) 2</i>	98
Gambar 4. 29: <i>Insight Konten Campaign #NongkrongDiNoice</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds (Video) 2</i>	98
Gambar 4. 30: <i>Konten Campaign #NongkrongDiNoice</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds (Video Meme Lucu)</i>	99
Gambar 4. 31: <i>Insight Konten Campaign #NongkrongDiNoice</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds (Video Meme Lucu)</i>	99
Gambar 4. 32: <i>Konten Campaign #TanyaParanoice</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds 1</i>	100
Gambar 4. 33: <i>Insight Konten Campaign #TanyaParanoice</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds 1</i>	100
Gambar 4. 34: <i>Konten Campaign #TanyaParanoice</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds 2</i>	101
Gambar 4. 35: <i>Insight Konten Campaign #TanyaParanoice</i> Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds 2</i>	102

Gambar 4. 36: Konten <i>Campaign</i> #TempatKumpulKontenAudio Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds Slide 1</i>	103
Gambar 4. 37: Konten <i>Campaign</i> #TempatKumpulKontenAudio Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds Slide 2</i>	103
Gambar 4. 38: <i>Insight</i> Konten <i>Campaign</i> #TempatKumpulKontenAudio Menggunakan Fitur <i>Instagram Feeds</i>	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1: Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1: Operasional Konsep	37
Tabel 4. 1: Jenis-jenis Konten yang Diunggah oleh Akun <i>Instagram</i> @noice.id.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Transkrip Wawancara dengan Ricky Adryawan – Content Marketing Noice	114
Lampiran 2: Transkrip wawancara dengan Suryo Hapsoro – Social Media Leads Noice	116
Lampiran 3: Transkrip wawancara dengan Nurul Amalia, <i>Followers</i> Noice	117
Lampiran 4: Transkrip wawancara dengan Prayoga Anggiawan, <i>Followers</i> Noice.	118