

**AKTIVITAS *BRAND COMMUNICATION* BAND TONO PRANCE
DALAM MEMASARKAN MINI ALBUM (EP) “*ANJU ANGKASA*”
DI JEJARING MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

TUGAS AKHIR



Muamar Novaldi Muhammad

1161003338

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muamar Novaldi Muhammad

NIM : 1161003338

Tanda Tangan : 

Tanggal : 18 Februrari 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muamar Novaldi Muhammad

NIM : 1161003066

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : *Aktivitas Brand Communication* Band Tono Prance
Dalam Memasarkan *Mini Album "Anju Angkasa"* Di Jejaring Media Sosial
Instagram

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si.

Ttd. untuk Pembimbing
Periode Esok 2023

Penguji 1 : Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.sos., M.Si.

Penguji 2 : Dr. Fitri Argarini, B.Arts

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 18 Februari 2023

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Muamar Novaldi Muhammad
NIM : 1161003338
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:

**AKTIVITAS *BRAND COMMUNICATION* BAND TONO PRANCE
DALAM MEMASARKAN MINI ALBUM (EP) “*ANJU ANGKASA*” DI
JEJARING MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

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 (*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.

Di buat di : Jakarta
Pada tanggal : 18 Februrari 2024

Yang menyatakan



(Muamar Novaldi Muhammad)

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Aktivitas *Brand Communication* Band Tono Prance Dalam Memasarkan *Mini Album ‘Anju Angkasa’ Di Jejaring Media Sosial Instagram*”**. Adapun maksud dari pembuatan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata Satu (S1) di Universitas Bakrie dan membantu dalam mengembangkan ilmu yang sudah diterima selama masa kuliah pada Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Proses pengerjaan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa adanya bimbingan, semangat, nasihat dan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Orang Tua serta Keluarga

Peneliti sangat berterima kasih kepada kedua orang tua yakni Ayahanda Sufiansyah Selamat dan Ibunda Neneng Rohmiah, Amelia Yaumili Sani dan Hermansyah selaku kakak penulis, dan juga kepada Tante Rosenani yang senantiasa memberikan dukungan baik secara moral, materi, serta do’a kepada peneliti.

2. Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si.

Terima kasih kepada Pak Kresna, selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membimbing, meluangkan waktu, serta memberikan arahan dan tenaganya dalam proses penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir. Melalui perjalanan yang panjang dan emosional, Pak Kresna bukan hanya sebatas menjadi pembimbing dalam penulisan skripsi ini, namun lebih dari itu. Perhatian, pelajaran hidup, serta nasihat yang Pak Kresna berikan sangat membantu peneliti dalam penulisan skripsi maupun dalam kehidupan peneliti.

3. Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.sos., M.Si.

Terima kasih kepada Pak Bambang selaku dosen pembahas seminar proposal peneliti, sekaligus menjadi penguji yang sudah meluangkan waktu dan pikiran untuk membantu memberikan masukan kepada peneliti agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik – baiknya.

4. Dr. Fitri Agrarini, B.Arts

Terima kasih kepada Bu Fitri Agrarini selaku dosen penguji sidang skripsi yang sudah meluangkan waktu memberikan saran serta masukan yang membangun agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Band Tono Prance

Terima kasih kepada semua personil Band Tono Prance yang sudah mengizinkan akun instagram @tonoprance menjadi objek dalam penelitian ini. Serta terima kasih kepada Guruh Wicaksono selaku pengelola akun instagram yang sudah menyediakan waktu, serta kooperatif dalam memberikan informasi dan dukungan moral terkait penelitian ini..

6. Followers akun Instagram @tonoprance dan Triangulator

Terima kasih peneliti ucapkan kepada *followers* akun Instagram @tonoprance yang bernama Cinay dan Armando karena telah meluangkan waktu dan sangat kooperatif dalam memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Peneliti juga sangat berterima kasih kepada Pak Dion Subiakto, selaku triangulator dalam penelitian ini karena sudah sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, juga memberikan ilmu baru terkait dengan *brand communication* pada media sosial instagram.

7. Sahabat Peneliti

Terima kasih kepada Achmad Ichwan, Halim Fikha, Fathurahman, Fauzan Wahid, Fahri Kunchoro, Agiel Yoridia, beserta teman – teman yang tidak bisa disebut satu persatu, yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan psikologis, batin, dan mental untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi yang telah penulis susun tentu saja bukan merupakan hasil yang sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan meskipun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin, besar harapan penulis dapat menerima kritik dan saran yang membangun untuk skripsi yang telah penulis buat. Atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 18 Februari 2023



Muamar Novaldi Muhammad

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Muamar Novaldi Muhammad
NIM : 1161003338
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-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**AKTIVITAS BRAND COMMUNICATION BAND TONO PRANCE
DALAM MEMASARKAN MINI ALBUM (EP) “ANJU ANGKASA”
DI JEJARING MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti 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 : 19 Februari 2021

Yang menyatakan,



(Muamar Novaldi Muhammad)

**AKTIVITAS *BRAND COMMUNICATION* BAND TONO PRANCE
DALAM MEMASARKAN MINI ALBUM (EP) “ANJU ANGKASA” DI
JEJARING MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

MUAMAR NOVALDI MUHAMMAD

ABSTRAK

Media sosial adalah platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial di dunia digital. Saat ini, penggunaan media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk dan meningkatkan suatu produk atau brand, dengan melakukan *brand communication* yang baik. Salah satu platform media sosial yang digunakan saat ini adalah instagram yang berperan dalam melakukan pemasaran suatu usaha dalam bidang kesenian instrumental musik ber-grup yang bernama Tono Prance. Di tahun 2022 ini, Tono prance baru saja mengeluarkan sebuah perilsan *mini album*/Ep perdana yang bertajuk “Anju Angkasa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi dari aktivitas *brand communication band* Tono Prance dalam memasarkan Ep/mini album “Anju Angkasa” di jejaring sosial media instagram. Penelitian ini masuk kedalam jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara *indepth interview*, observasi, dokumentasi, serta metode baru yaitu dengan penelusuran melalui internet yang sesuai dengan perkembangan zaman saat ini. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa aktivitas *brand communication* yang dilakukan grup band Tono Prance dalam memasarkan *Ep/mini album* “Anju Angkasa” sudah mengikuti konsep dari *social media brand communication* oleh Voorveld yang meliputi 3 Aspek yang dikaji yaitu *sources characteristics*, *message characteristics*, dan *channel characteristics*. Dimana implementasi ini telah meningkatkan nilai jual dan menciptakan *branding* yang positif pada *mini album* “Anju Angkasa”

Kata kunci: *Brand communication*, Band Tono Prance, Media Sosial, Instagram

**ACTIVITIES OF BRAND COMMUNICATION BAND TONO PRANCE
TO MARKETING MINI ALBUM (EP) ON SOCIAL MEDIA
INSTAGRAM**

MUAMAR NOVALDI MUHAMAD

ABSTRACT

Social media is a digital platform that provides facilities to carry out social activities in the digital world. Currently, the use of social media has a very important role in shaping and improving a product or brand, by doing good brand communication. One of the social media platforms used today is Instagram which plays a role in marketing a business in the field of musical instrumental arts with a group called Tono Prance. In 2022, Tono prance has just released a release of the first mini album/Ep entitled "Anju Angkasa". This study aims to find out how the implementation of the band's brand communication activity Tono Prance in marketing the Ep / mini album "Anju Angkasa" on the instagram social media network. This research is included in the type of descriptive research using qualitative data analysis techniques. Data collection is carried out by means of indepth interviews, observations, documentation, and new methods, namely by searching through the internet in accordance with current times. Based on the results of research that has been carried out, it was obtained that the brand communication activities carried out by the Tono Prance band in marketing the Ep / mini album "Anju Angkasa", have followed the concept of social media brand communication by Voorveld which includes 3 aspects studied, namely sources characteristics, message characteristics, and channel characteristics. Where this implementation has increased the selling value and created a positive branding on the mini album "Anju Angkasa"

Keywords: Brand communication, Tono Prance Band, Social Media, Instagram

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Konsep Teori Yang Relevan	12
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	21
2.3. Kerangka Pemikiran	31
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	36
3.3.1 Sumber Data	40
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4 Analisis Data	41
3.5 Triangulasi Data	44
3.6 Operasionalisasi Konsep/Isu	46
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	46
BAB IV	47
HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1.1 Profil Akun Instagram @tonoprance	47
4.1.2 Mini Album Tono Prance “Anju Angkasa”	49

4.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian	52
4.2.1 Personel sekaligus pengelola akun Instagram @tonoprance	53
4.2.2 Followers aktif akun media sosial instagram @tonoprance	54
4.2.3 Pakar Brand Communication (Informan Ahli)	56
4.3 Hasil Penelitian	57
4.3.1 Hasil Observasi Akun Instagram @tonoprance	57
4.4 Pembahasan	61
4.4.1 Aktivitas brand communication di media sosial instagram	63
BAB V	97
KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98
5.2.1 Saran Teoritis	98
5.2.2 Saran Praktis	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	102
TRANSKRIP WAWANCARA - INFORMAN 1	102
TRANSKRIP WAWANCARA - INFORMAN 2	110
TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN AHLI	117

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	46
Tabel 4.1 Tabel Diskografi Tono Prance.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Tono Prance dan perilisan awal **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 2 Foto Personel Tono Prance formasi 2019..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 3 Logo band & foto personel Grup Band Tono Prance formasi**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 4 Logo Waster Ace Records, Mini Album/EP Perdana grup band Tono Prance bernama “Anju Angkasa” serta exclusive merchandise bundlepack.**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 5 Unggahan instastory Perilisan Mini Album/EP band tonoprance di pemutar musik digital **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 6 Logo band & foto personel Grup Band Koil **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 7 Perilisan fisik Mini Album Koil yang di rilis oleh Grimloc Records yang di lansir dalam akun instagram @grimlocrecords & @koilofficial**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 1 . Ciri-ciri Media Sosial **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 1 Foto personel Grup Band Tono Prance Formasi 2022- sekarang**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 Profil Instagram @tonoprance tahun 2023... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 2 Perilisan Mini Album/EP Perdana band Tono Prance :**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 3 Single pertama Tono Prance “Pendosa”.....50

Gambar 4. 4 Single Ke dua Tono Prance “Elvis Elah”.....51

Gambar 4. 5 Mini Album Tono Prance “Anju Angkasa”.....52

Gambar 4. 6 Guruh selaku personel sekaligus pengelola akun media sosial instagram..... @tonoprance.....53

Gambar 4. 7 Armando Adhi, followers aktif akun media sosial instagram @tonorpance....54

Gambar 4. 8 Cinay followers aktif akun media sosial instagram @tonoprance.....55

Gambar 4. 9 Dion Subiakto.....56

Gambar 4. 10 Bagan Penelitian.....57

Gambar 4. 11 Urutan feeds di akun instagram @tonoprance saat perilis single pertama mereka berjudul “pendosa”.....67

Gambar 4. 12 Urutan feeds di akun instagram @tonoprance saat perilis single..... Ke -2 mereka berjudul “Elvis Elah”.....68

Gambar 4. 13 Konten rehearsal Tono Prance pada tahun 2020.....	70
Gambar 4. 14 Tono Prance mengumumkan perubahan logo band di instagram pada..... oktober 2021 lalu.....	71
Gambar 4. 15 Urutan feeds menuju perilisan mini album/EP Anju Ankasa Instagram..... @tonoprance.....	72
Gambar 4. 16 Unggahan perilisan Bundle pack Official merchandise EP/ minialbum..... Tono Prance: Anju Angkasa.....	73
Gambar 4. 17 Unggahan konten feeds live sessions menuju mini album/EP Anju Ankasa Instagram @tonoprance.....	74
Gambar 4. 18 Unggahan konten feeds live sessions @tonoprance yang berjudul..... kanuragan masuk kedalam kompilasi release of the week oleh @linikini_id.....	78
Gambar 4. 19 Unggahan konten feeds hasil jadi official merchandise mereka postingan ini berjtujuan untuk rasa sukur mereka dan terima kasih kepada followers @tonoprance yang sudah mau bantu support Ep mereka dengan ikut pre order bundle pack official merchandise Tono Prance “Anju Angkasa”.....	79
Gambar 4. 20 Unggahan perilisa Live Session “Hajatan Tono Prancerilis Anju..... Angkasa”.....	80
Gambar 4. 21 Unggahan pencapaian Tono Prance masuk kedalam kompilasi album Trip.. to Indonesia.....	81
Gambar 4. 22 Unggahan perayaan 1 tahun Ep/minialbum Tono Prance Anju Angkasa di.. instagram pada tanggal 26 januari 2023.....	82