

***SONIC BRANDING* MELALUI PODCAST DALAM UPAYA
PROMOSI EKRANISASI FILM PASUTRI GAJE DARI KISAH
WEBTOON**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**



CANTIKA SALSABILA

1201003189

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

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2024

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 : Cantika Salsabila

NIM 1201003189

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Cantika Salsabila', with a vertical line extending downwards from the end of the signature.

Tanggal : 8 Juli 202

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Cantika Salsabila

NIM : 1201003189

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial

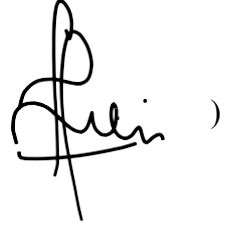
Judul Skripsi : *Sonic Branding* Melalui Podcast Dalam Upaya Promosi Ekranisasi Film Pasutri Gaje Dari Kisah Webtoon

Telah berhasil dipertahankan 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 : Suharyanti, Dra., M.S.M ()

Penguji 1 : Dessy Kania, B.A., M.A., Dr ()

Penguji 2 : Ari Kurnia, S.Ikom, M.Ikom. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Juli 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “*Sonic Branding Melalui Podcast Dalam Upaya Promosi Ekranisasi Film Pasutri Gaje Dari Kisah Webtoon*” dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT

Puji syukur Alhamdulillah penulis sampaikan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia yang selalu dilimpahkan. Dengan kasih sayang-Nya, penulis diberi kekuatan, kesehatan, kelancaran, kemudahan dan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas.

2. Mama, Papay, Ka Ichal, Ka Fadly, Ka Rika, Ka Debby, Kemal dan Kiana

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya penulis ucapkan untuk Mama, Papay, Ka Ichal, Ka Fadly, Ka Rika, Ka Debby, Kemal dan Kiana yang selalu memberi dukungan, memberi doa untuk kemudahan dan kelancaran, kasih sayang, dan menghibur penulis. Terima kasih juga sudah selalu menyemangati dan menemani ketika penulis melaksanakan bimbingan, selalu memberi jalan ketika penulis sedang kesulitan selama proses pengerjaan skripsi, serta selalu sabar dalam mendengarkan cerita perjalanan penulis mulai dari proses memulai hingga menyelesaikan skripsi.

3. Dra. Suharyanti, M.SM

Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang juga sekaligus merupakan Dosen Pembimbing penulis. Terima kasih telah membimbing dan memberikan masukan, saran, dan dukungan kepada seluruh Mahasiswa Ilmu Komunikasi yang di dalamnya termasuk penulis atas kegiatan yang dilakukan selama perkuliahan. Serta ucapan terima kasih selalu menjadi motivator dan pembimbing yang baik untuk penulis.

4. Seluruh Dosen dan Staff Ilmu Komunikasi Bakrie

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh dosen dan staff akademik Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah berbagi ilmu yang berharga sebagai bekal untuk masa depan selama perkuliahan ini.

5. Saudara dan Sahabat Terdekat Penulis

Terima kasih kepada Kevia, Yaya, TC, Tyla, Eca, Sisi, Salma karena telah mendengarkan cerita suka duka penulis selama menyusun skripsi ini. Terima kasih sudah selalu memberi semangat, hiburan, dukungan dan bantuan dalam bentuk apapun. Solidaritas yang mereka beri selalu menjadi sumber inspirasi dan dorongan yang sangat berarti bagi penulis.

6. Diri Sendiri

Terakhir, tentu yang tidak penulis lupakan adalah untuk berterima kasih kepada dirinya sendiri yang selalu mengusahakan target atau pencapaian terbaik dalam hidupnya, selalu konsisten dalam waktu, selalu mendorong dirinya sendiri ketika penulis mulai merasa suntuk, dan memegang teguh komitmen untuk menyelesaikan skripsi hingga selesai. Terima kasih sudah berusaha menjadi mahasiswa yang aktif, membangun citra yang baik, membangun dan memperluas relasi, selalu berkomitmen untuk menjaga nama baik Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa selama perkuliahan pasti ada rintangan yang harus dilewati, namun selalu penulis jadikan pelajaran dan pengalaman berharga yang akan selalu dikenang, serta semoga masa depan penulis akan selalu jauh lebih baik hari demi hari.

Penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis juga menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dan berpengaruh positif di masa yang akan datang. Akhir kata, Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi penulis sendiri, pembaca, dan semua pihak yang memerlukan untuk pengembangan ilmu.

Jakarta, 8 Juli 2024



Cantika Salsabila

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Cantika Salsabila
NIM : 1201003189
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 Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

SONIC BRANDING MELALUI PODCAST DALAM UPAYA PROMOSI EKSPANISASI FILM PASUTRI GAJE DARI KISAH WEBTOON

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 : 8 Juli 2024

Yang menyatakan



Cantika Salsabila

***SONIC BRANDING MELALUI PODCAST DALAM UPAYA
PROMOSI EKTRANISASI FILM PASUTRI GAJE DARI KISAH
WEBTOON***

CANTIKA SALSABILA

ABSTRAK

"Pasutri Gaje" (singkatan dari "Pasangan Suami Istri Gak Jelas") merupakan salah satu karya terkenal di *Platform* Webtoon yang banyak diminati pembaca. Popularitas Webtoon ini memunculkan minat untuk mengadaptasinya menjadi film layar lebar. Proses ini melibatkan ekranisasi atau konversi cerita dari format komik digital menjadi naskah film yang bisa dinikmati di bioskop. Untuk menarik perhatian penonton dalam skala besar, film memerlukan strategi pemasaran yang efektif. Salah satu strategi yang digunakan oleh rumah produksi adalah konsep *Sonic Branding* atau penggunaan suara sebagai sarana untuk meningkatkan respon emosional dari audiens. Melalui promosi menggunakan audio atau podcast yang diintegrasikan dengan visual, informasi seputar Film Pasutri Gaje berhasil mencapai tingkat kredibilitas yang tinggi. Kredibilitas sumber atau *Source of Credibility* ini menjadi penting karena dapat mempengaruhi keyakinan, pendapat, sikap, dan perilaku penonton. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus untuk mengeksplorasi hubungan antara dimensi Ketertarikan akan daya tarik visual seorang juru bicara atau idola (*Source of Credibility*) dengan dimensi Koneksi Emosional (*Sonic Branding*) yang dihasilkan dari strategi promosi Film Pasutri Gaje melalui podcast *channel* Youtube. Hasilnya menunjukkan bahwa dengan mendatangkan Reza Rahadian ke podcast *channel* Youtube dalam upaya promosi film "Pasutri Gaje" telah berhasil mempromosikan melalui daya tarik pribadinya yang kuat. Kemampuannya untuk membentuk koneksi emosional dengan penonton memainkan peran penting dalam menarik minat orang untuk menonton film tersebut.

Kata Kunci : Ekranisasi Film, *Source of Credibility*, *Sonic Branding*, Podcast channel Youtube

***SONIC BRANDING MELALUI PODCAST DALAM UPAYA
PROMOSI EKTRANISASI FILM PASUTRI GAJE DARI KISAH
WEBTOON***

CANTIKA SALSABILA

ABSTRACT

"Pasutri Gaje" (short for "Pasangan Suami Istri Gak Jelas") is one of the most popular works on the Webtoon platform, attracting many readers. The popularity of this Webtoon has sparked interest in adapting it into a feature film. This process involves ekranisasi, or the conversion of the digital comic story into a film script that can be enjoyed in theaters. To attract a large audience, the film requires effective marketing strategies. One such strategy used by the production house is Sonic Branding, or the use of sound to enhance the emotional response of the audience. Through promotions using audio or podcasts integrated with visuals, information about the film "Pasutri Gaje" has achieved a high level of credibility. The credibility of the source, or Source of Credibility, is important because it can influence the beliefs, opinions, attitudes, and behaviors of the audience. In this study, the author uses a qualitative case study research method to explore the relationship between the dimension of attraction to the visual appeal of a spokesperson or idol (Source of Credibility) and the dimension of Emotional Connection (Sonic Branding) resulting from the promotional strategy of the film "Pasutri Gaje" through a YouTube podcast channel. The results show that by bringing Reza Rahadian to the YouTube podcast channel in an effort to promote the film "Pasutri Gaje," the promotion has been successful through his strong personal appeal. His ability to form an emotional connection with the audience plays an important role in attracting people's interest to watch the film.

Keywords: *Ecranisation Film, Source of Credibility, Sonic Branding, Podcast channel Youtube*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	14
PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang.....	14
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	21
1.4.1 Manfaat Teoritis	21
1.4.2 Manfaat Praktis	21
BAB II	22
TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Konsep yang Relevan	22
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	22
2.1.2 Ekranisasi Film	23
2.1.3 <i>Source of Credibility</i>	24
2.1.4 <i>Sonic Branding</i>	26
2.1.5 Strategi Pemasaran Melalui Podcast <i>Channel Youtube</i>	29
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan kebaruan.....	32
2.3 Model Kerangka Pemikiran	39
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
3.1 Desain dan Pendekatan	41
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	42
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	43

3.3.1 Sumber Data	43
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4 Analisis Data	45
3.5 Triangulasi Data	46
3.6 Operasional Konsep	48
BAB IV	50
HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	50
4.1.1 Upaya promosi Film Pasutri Gaje melalui Podcast channel Youtube	50
4.1.2 Gambaran Subjek penelitian	51
4.1.3 Profil Triangulator	54
4.2 Penyajian Data	56
4.2.1 Source of Credibility	57
4.2.1.1 Dimensi <i>Attractiveness</i> Pada <i>Source of Credibility</i> Terhadap Promosi Film Pasutri Gaje Melalui Podcast	57
4.2.1.2 Dimensi <i>Similarity</i> Pada <i>Source of Credibility</i> Terhadap Promosi Film Pasutri Gaje Melalui Podcast	60
4.2.1.3 Dimensi <i>Likeability</i> Pada <i>Source of Credibility</i> Terhadap Promosi Film Pasutri Gaje Melalui Podcast	61
4.2.1.4 Dimensi <i>Trustworthiness</i> Pada <i>Source of Credibility</i> Terhadap Promosi Film Pasutri Gaje Melalui Podcast	64
4.2.1.5 Dimensi <i>Expertise</i> Pada <i>Source of Credibility</i> Terhadap Promosi Film Pasutri Gaje Melalui Podcast	66
4.2.2 <i>Sonic Branding</i>	68
4.2.2.1 Dimensi <i>Diffrensiasion</i> Pada <i>Sonic Branding</i> Terhadap Promosi Film Pasutri Gaje Melalui Podcast	68
4.2.2.3 Dimensi <i>Identity</i> Pada <i>Sonic Branding</i> Terhadap Promosi Film Pasutri Gaje Melalui Podcast	73
4.2.2.4 Dimensi <i>Emotional Connectivity</i> Pada <i>Sonic Branding</i> Terhadap Promosi Film Pasutri Gaje Melalui Podcast	76
4.3 Pembahasan dan Diskusi	79
BAB V	85
SIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Simpulan	85
5.2 Kendala dan Batasan	86
5.3 Saran dan Implikasi	87

5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya	87
5.3.2 Saran Untuk Industri/Lembaga/Subyek	88
DAFTAR PUSTAKA	89
DAFTAR LAMPIRAN	93
Lampiran 1.....	93
Lampiran 2.....	99
Lampiran 3.....	105
Lampiran 4.....	111
Lampiran 5.....	118
Lampiran 6.....	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Poster Film Pasutri Gaje.....	15
Gambar 1. 2 Pasutri Gaje Menduduki Peringkat ke-4 Penonton	17
Gambar 1. 3 Presentasi Efektivitas Sonic Branding Dalam	17
Gambar 1. 4 Persentase Pendengar Podcast di Indonesia	18
Gambar 3. 1 Podcast channel Youtube PWK dalam upaya promosi Film Pasutri Gaje.....	42
Gambar 4. 1 Informan 1 (Anastasia)	52
Gambar 4. 2 Informan 2 (Kevia).....	53
Gambar 4. 3 Informan 3 (Artilla).....	53
Gambar 4. 4 Informan 4 (Bu Fafa)	54
Gambar 4. 5 Triangulator (Danial Rifky)	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	38
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran	40
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Konsep	49