

**PROSES PEMASARAN ALBUM KOTAK “Rock N Love”  
DI KFC RE MARTADINATA BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan S1

Oleh :

**KHAIRUNNISA**

**116040008**



**Pembimbing I : Ir. Ahmad Hidayat M,Sn.**

**Pembimbing II: Ridwan Sigit S,Pd, M,Sn**

**PROGRAM STUDI SENI MUSIK  
FAKULTAS ILMU SENI DAN SASTRA  
UNIVERSITAS PASUNDAN  
BANDUNG**

**2015**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilatar belakangi adanya transformasi dari analog ke digital yang tidak semua pelaku industri musik diuntungkan, dampak lebih lanjut dari hal tersebut adanya perubahan pada perilaku konsumen. Hal tersebut menstimulasi para pelaku industri musik untuk mencari alternatif lain agar album musik format fisik tetap laku di pasaran. Seperti yang dilakukan oleh grup musik KOTAK yang mendistribusikan dan promosi albumnya di KFC. Tujuan penelitian ini untuk memperoleh data bagaimanakah proses pemasaran album KOTAK “Rock N Love” di KFC RE. Martadinata Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan dilakukan sejak bulan September 2015 – Maret 2016. Teknik pengumpulan data antara lain dengan wawancara, observasi dan dokumentasi selama penelitian berlangsung. Hasil penelitian yaitu adanya proses yang dilakukan oleh KOTAK dalam upaya pemasaran albumnya di KFC. Proses – proses tersebut meliputi pemilihan partnership, promosi, penjualan dan evaluasi. Proses yang dilakukan berjalan dengan baik, dibuktikan dengan akan adanya kerjasama yang berlanjut di tahun 2016 ini antara KOTAK dengan KFC.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Di zaman serba modern seperti saat ini teknologi telah membuat banyak bidang industri mengalami perubahan, tidak hanya industri manufaktur saja tetapi industri musik pun mengalami perubahan. Adanya transformasi dari analog ke digital yang tidak semua pelaku industri musik diuntungkan. Berkembangnya musik format digital (mp3) membuat industri label rekaman mengalami penurunan drastis, didorong dengan harga kaset dan CD yang melambung membuat musik dengan format tersebut kurang diminati. Musik dengan format digital kini telah beredar didunia maya dan siap diunduh baik secara legal maupun ilegal dengan cepat.

Dengan demikian dampak lebih lanjut dari perkembangan teknologi ini adalah adanya perubahan perilaku para pelaku industri dan konsumen. Dengan begitu pemasaran album musik dan cara menikmati musik pun sudah berbeda dan bergeser dari semula dalam bentuk album fisik kini menjadi musik digital (mp3). Pembajakan karya musisi pun tidak dapat terhindarkan dan *outlet* kaset & CD mengalami kerugian yang berujung penutupan *outlet*.

Transformasi ke digital ini menjadi stimulasi yang berarti untuk para pelaku industri musik, yang mau tidak mau harus mencari alternatif lain agar tetap *survive* dan tidak keluar dari skema bisnis (sistem / rancangan bisnis). Saat ini banyak para pelaku industri musik yang harus bekerja keras membuat terobosan – terobosan baru agar tidak keluar dari skema bisnisnya, dikarenakan konsep dan model bisnis yang sebelumnya sudah tidak sesuai dengan kondisi saat ini. Oleh karena itu perlu cara atau strategi pemasaran yang inovatif, bekerjasama dengan sponsor, sebagai *endorsement* bahkan bekerjasama dengan industri lain salah satu alternatif untuk kelangsungan hidup bagi

para pelaku bisnis. Dengan demikian proses kerjasama tidak dapat dikotakan dalam satu industri saja.

Salah satu solusi menghadapi kondisi seperti ini para pelaku industri musik bersinergi dengan pelaku industri lain, seperti halnya yang dilakukan oleh grup band Kotak dengan label rekaman Warner Musik Indonesia, album yang berjudul “Rock N Love” cara pemasarannya berbeda dengan album kotak sebelumnya. Karena album ini hanya di jual digerai KFC seluruh Indonesia.

Kotak berkerjasama dengan KFC yang tidak lain adalah gerai makanan cepat saji, kerjasama tersebut tentunya melewati proses – proses yang pada akhirnya karya Kotak dapat di dengarkan oleh para konsumen KFC di seluruh Indonesia. Dengan begitu KFC dapat menarik para konsumen untuk datang ke gerai dan menarik minat beli konsumen.

Dengan menjalankan roda bisnisnya, para pelaku industri selalu mencari cara untuk menemukan formulasi strategi yang terbaik dalam mengelola bisnis, khususnya aspek pemasaran dan pemilihan pihak yang tepat untuk di ajak kerjasama, yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Tidak hanya label rekaman atau toko CD saja yang membantu proses kreatif para musisi, kini gerai makanan cepat saji pun mempunyai andil untuk para pelaku industri musik di Tanah Air.

Pemasaran album musik di gerai makanan cepat saji tentunya menjadi hal yang menarik untuk penulis teliti dan menjadi latar belakang penulis untuk melakukan penelitian, untuk mengetahui lebih dalam tentang proses pemasaran album tersebut maka penulis bermaksud melakukan penelitian tentang “Proses Pemasaran Album Kotak “Rock N Love” di KFC RE. Martadinata Bandung”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimanakah proses pemasaran album Kotak “Rock N Love” Di KFC RE. Martadinata Bandung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana proses pemasaran album Kotak “Rock N Love” Di KFC RE. Martadinata Bandung

### **1.4 Manfaat penelitian**

Manfaat Akademis

- Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbang pengetahuan tentang proses pemasaran album melalui industri yang berbeda.
- Dapat memberikan referensi atau bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberika infomasi kepada para pelaku industri musik dan non pelaku industri musik, kerjasama dapat dijalain tanpa harus mempunyai kesamaan atau berkaitan dibidang usahanya.

Manfaat Pribadi

Untuk menambah pengalaman teori dan empiris.

Manfaat Organisasi

Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi Organisasi.

### **1.5 Lokasi Penelitian**

Kegiatan penelitian dilaksanakan di KFC RE. Martadinata Bandung dan Oz Radio Bandung

### **1.6 Metedologi Penelitian**

Pada penelitian ini penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Menurut (McMillan & Schumacher, 2003) penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang juga disebut pendekatan investigasi karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang – orang di tempat penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode deskriptif dalam penelitian menurut (Moh. Nazir 2003:4) adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta – fakta, sifat – sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan kegiatan dokumentasi, observasi dan wawancara selama penelitian berlangsung. Dari ketiga teknik pengumpulan data tersebut diharapkan dapat saling melengkapi, sehingga diperoleh informasi yang diharapkan.

Penelitian ini berupaya melakukan pencatatan secara seksama terhadap masalah – masalah yang muncul terkait dengan objek yang diteliti, yang kemudian dideskripsikan secara apa adanya.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penyusunan ini disajikan dengan maksud untuk memberikan gambaran secara garis besar mengenai susunan dan hasil observasi, terbagi menjadi lima bab. Masing – masing bab saling berhubungan satu sama lain, dengan rincian sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mencakup latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian , manfaat penelitian, lokasi penelitian, metode penelitian, jadwal penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisi informasi dan teori – teori yang bersumber dari buku termasuk ebook, jurnal ilmiah, atau sumber pusataka lainnya.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan metodologi yang digunakan dalam penelitian.

## **BAB IV DATA PENELITIAN & PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan mengenai data yang diperoleh dilapangan dan dideskripsikan secara detail. Selain data bab ini pun berisikan tentang penulis terhadap setiap data kegiatan yang dilapangan berdasarkan teori atau keilmuan.

## **BAB V KESIMPULAN**

Bab ini merupakan bagian akhir yang menyajikan data rangkuman atas analisa dan pembahasan, yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

## **DAFTAR PUSTAKA**

