

**PENGUNAAN APLIKASI *TIKTOK* SEBAGAI MEDIA PROMOSI LAGU
JELAJAHI RASA OLEH BAND HARRA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian syarat untuk memperoleh gelar sarjana
Pendidikan Program Studi Pendidikan Seni Musik



Oleh:
Tania Nursifa Yuniar
2009248

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI MUSIK
FAKULTAS PENDIDIKAN SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2024**

LEMBAR HAK CIPTA

**PENGUNAAN APLIKASI *TIKTOK* SEBAGAI MEDIA PROMOSI LAGU
JELAJAHI RASA OLEH BAND HARRA**

TANIA NURSIFA YUNIAR

2009248

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Pendidikan Seni dan Desain

Tania Nursifa Yuniar
Universitas Pendidikan Indonesia
2024

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak ulang, fotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI

LAGU *JELAJAH RASA* OLEH BAND HARRA

TANIA NURSIFA YUNIAR NIM. 2009248

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:


Pembimbing I



Dr. Hj. Susi Gustina, M. Si

NIP. 196708221992022001

Pembimbing II

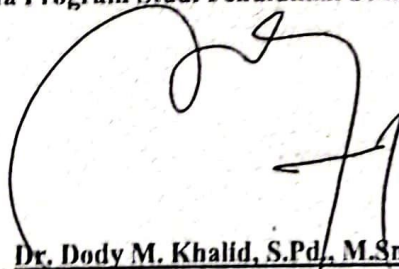


Henri Nusantara S.Pd., M.Pd.

NIP. 197703122005011002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Seni Musik



Dr. Dody M. Khalid, S.Pd., M.Sn.

NIP. 197406012001121003

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Lagu *Jelajahi Rasa* oleh Band Harra**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika dan ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 17 Januari 2024

Tania Nursifa Yuniar
2009248

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada khadirat Allah Swt. Yang karena berkat dan rahmatnya, alhamdulillah penulis mampu menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul “Penggunaan Aplikasi *Tiktok* Sebagai Media Promosi Lagu *Jelajahi Rasa* oleh Band Harra” ini. Tidak lupa Shalawat beserta salamnya juga semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada baginda nabi Muhammad saw. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Pendidikan di Program Studi Pendidikan Seni Musik Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.

Penulis menyadari betul bahwa karya tulis ini masih memiliki banyak kekurangan. Namun terlepas dari itu, penulis berharap penelitian ini bisa bermanfaat bagi masyarakat dan penelitian selanjutnya. Selain itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan karya tulis ini.

Bandung, 10 Januari 2024

Tania Nursifa Yuniar
2009248

ABSTRAK

Penelitian berjudul “**Penggunaan Aplikasi Tiktok sebagai Media Promosi Lagu Jelajahi Rasa oleh Band Harra**” bertujuan untuk mengetahui bagaimana band Harra menggunakan aplikasi tiktok sebagai media promosi lagu Jelajahi Rasa dan konten promosi seperti apa yang dibuat oleh band Harra dalam promosinya, juga untuk mengetahui bagaimana hasil serta tanggapan pengguna tiktok yang telah melihat konten ini terhadap lagu Jelajahi Rasa. Adapun metode penelitian yang diterapkan ialah menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data yang diperoleh dari penelitian ini yaitu hasil pengumpulan data melalui wawancara diantaranya anggota band Harra dan Penggemar Harra, juga observasi terhadap akun tiktok Harra @harramusic, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, band Harra membuat konten promosi dengan sangat sederhana di tiktok dengan menambahkan beberapa fitur-fitur yang ada di tiktok, selain untuk melengkapi konten videonya, juga untuk menjangkau pengguna tiktok lain agar tertarik untuk menonton konten promosinya. Dengan melakukan promosi menggunakan aplikasi tiktok ini, band Harra telah berhasil menarik perhatian pengguna tiktok sehingga videonya ditonton oleh ratusan ribu pengguna tiktok, juga berhasil menarik minat pengguna lain untuk akhirnya mendengarkan lagu Jelajahi Rasa di platform lain. Selain berhasil mempromosikan lagunya di tiktok, dengan rajin membuat konten di platform ini, band Harra juga berhasil membangun *brand image* yang baik melalui aplikasi tiktok.

Kata Kunci: Media Promosi Musik, Sosial Media, Tiktok

ABSTRACT

The research entitled "Using the Tiktok Application as a Promotional Media for the song Jelajahi Rasa by the Harra Band" aims to find out how the Harra band uses the TikTok application as a promotional medium for the song Explore Rasa and what kind of promotional content the band Harra creates in its promotion, as well as to find out what the results are and responses from TikTok users who have seen this content regarding the song Jelajahi Rasa. The research method applied is using a qualitative approach with descriptive methods. The data obtained from this research is the result of data collection through interviews including Harra band members and Harra fans, as well as observations of Harra's TikTok account @harramusic, and documentation. Based on the results of the research that has been carried out, the Harra band creates very simple promotional content on TikTok by adding several existing features on TikTok, apart from complementing the video content, it is also to reach other TikTok users so they are interested in watching the promotional content. By carrying out promotions using the TikTok application, the Harra band has succeeded in attracting the attention of TikTok users so that the video is watched by hundreds of thousands of TikTok users, and has also succeeded in attracting the interest of other users to finally listen to the song Jelajahi Rasa on other platforms. Apart from successfully promoting their songs on TikTok, by diligently creating content on this platform, the Harra band has also succeeded in building a good brand image through the TikTok application.

Keywords: Music Promotion Media, Social media, Tiktok

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	i
LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	4
BAB II LANDASAN TEORI	2
2.1 Kajian Pustaka	2
2.1.1 Musik Pop Di Abad 21.....	2
2.1.2 Perkembangan Teknologi di Era Society 5.0.....	9
2.1.3 Promosi	14
2.1.4 Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Lagu di Era Society 5.0 .	18
2.1.5 Generasi Z.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian.....	32

3.3	Instrumen Penelitian	32
3.4	Partisipan Penelitian	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data	33
3.6	Analisis Data	34
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Temuan Penelitian	35
4.1.1	Pembuatan Konten Lagu Jelajahi Rasa Versi Tiktok.....	36
4.1.2	Promosi Lagu <i>Jelajahi Rasa</i> Melalui Aplikasi <i>Tiktok</i>	40
4.1.3	Respon Pengguna Aplikasi Tiktok Terhadap Konten <i>Tiktok</i> Jelajahi Rasa	47
4.2	Pembahasan Penelitian	50
4.2.1	Pembuatan Konten <i>Tiktok</i> Lagu <i>Jelajahi Rasa</i>	50
4.2.2	Promosi Lagu <i>Jelajahi Rasa</i> Melalui Aplikasi <i>Tiktok</i>	51
4.2.3	Respon Pengguna <i>Tiktok</i> terhadap Konten lagu <i>Jelajahi Rasa</i>	55
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Implikasi.....	58
5.3	Rekomendasi	59
DAFTAR PUSTAKA		60
LAMPIRAN.....		62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Tiktok	20
Gambar 2.2 tangkapan layar dari akun @the.otherweirdly. @the.otherweirdly menggunakan audio berjudul beyond the sea dari Bobby Darin.	21
Gambar 2.3 tangkapan layar dari akun tiktok @harramusic. Akun @harramusic menggunakan original sound atau sound nya sendiri pada video tiktoknya.	21
Gambar 2.4 Fitur Menandai pada Aplikasi Tiktok.....	22
Gambar 2.5 Fitur Gambar pada Aplikasi Tiktok.....	23
Gambar 2.6 Fitur For You pada Tiktok.....	24
Gambar 3.1 Skema Desain Penelitian	30
Gambar 4.1 Layar Depan Tiktok @harramusic	36
Gambar 4.2 Transkrip Lagu Jelajahi Rasa Versi Tiktok	38
Gambar 4.3 Skema Pembuatan Konten Tiktok lagu Jelajahi Rasa Oleh Band Harra.....	39
Gambar 4.4 Jumlah Penonton dari Konten Tiktok yang diunggah sebelum Konten lagu Jelajahi Rasa	41
Gambar 4.5 Jumlah Penonton dari Konten Tiktok yang diunggah setelah Konten Lagu Jelajahi Rasa.....	41
Gambar 4.6 Captions pada Konten Lagu Jelajahi Rasa.....	42
Gambar 4.7 Tangkapan Layar Pada Pencarian #harramusic di Aplikasi Tiktok.	43
Gambar 4.8 Teks Voice Over pada Konten Lagu Jelajahi Rasa	44
Gambar 4.9 Menandai pada Konten Jelajahi Rasa	45
Gambar 4.10 Original Sound Lagu Jelajahi Rasa di Tiktok.....	46
Gambar 4.11 Komentar pada Konten Lagu Jelajahi Rasa.....	48
Gambar 4.12 Komentar pada Konten Tiktok lagu Jelajahi Rasa	48
Gambar 4.13 Komentar pada Konten Tiktok lagu Jelajahi Rasa	49
Gambar 1 fitur For You pada Tiktok.....	24
Gambar 2 Dokumentasi Wawancara Bersama Penggemar Harra VR	72
Gambar 3 Dokumentasi Wawancara Bersama Ezekiel Vico Wibowo Keyboardist Band Harra	73
Gambar 4 Dokumentasi Insight Tiktok Band Harra.....	73

Gambar 5 Dokumentasi Insight Tiktok Band Harra..... 74
Gambar 6 Dokumentasi Profile Tiktok @harramusic pada 26 September 2023 74
Gambar 7 Dokumentasi Profile Tiktok @harramusic pada 14 Januari 2024..... 75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Skripsi	62
Lampiran 2 Data Hasil Wawancara 1	64
Lampiran 3 Data Hasil Wawancara 2	68
Lampiran 4 Dokumentasi	72

DAFTAR PUSTAKA

- Andhika dkk. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi @suasanakopi. *Jurnal Cyber PR*. 2(2). 107-118.
- Ariyanto, A., & Wijoyo, H. (2021). Membangun SDM Tangguh Di Tengah Gelombang. *Solok-Sumatra Barat: Insan Cendikia Mandiri*.
- Boyd, Harper. W. (2000). *Manajemen Pemasaran* “suatu pendekatan strategis dengan orientasi global”. Jakarta. Erlangga
- Dewatara, G. W., & Agustin, S. M. (2019). Pemasaran musik pada era digital digitalisasi industri musik dalam industri 4.0 di Indonesia. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1), 1-10.
- Gazali, Hatim. (2021). Islam untuk Gen Z: mengajarkan islam, mendidik muslim Generasi Z: panduan bagi guru PAI Edited by Siti Kholisohdan Khoirul Anam Jakarta: Wahid Foundation.
- Gustina, S, Haryono, T, Simatupang, GRLL, & ... (2010). Gaya Bernyanyi dengan Teknik Bel Canto:(Re) Konstruksi Subjektivitas Penyanyi Perempuan dalam Pertunjukan Musik. *Resital: Jurnal Seni ...*, journal.isi.ac.id. diakses pada 3 Januari 2024, dari: <https://journal.isi.ac.id/index.php/resital/article/view/503/0>
- Harahap, Z. H. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Musik dan Personal Branding Penyanyi Vionita Sihombing. *Grenek: Jurnal Seni Musik*, 11(2), 81-94.
- Herdiati dkk. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Musik di SMAN 1 Muara Enim, Sumatera Selatan. *Jurnal Pengkajian dan Penciptaan*. 4(2). 111-119
- Hutchison, T. (2013). *Web marketing for the music business*. Taylor & Francis.
- Jorgenson, L (2022). *The Influence of TikTok: Promotion Trends in Mainstream Pop Music.*, scholarworks.calstate.edu. diakses pada 1 November 2023, dari: <https://scholarworks.calstate.edu/downloads/r781wp37g>
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta. Prenada Media
- Kotler, P, & Keller, KL (2009). *Menejemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangga. Jakarta, repo.iain-tulungagung.ac.id, diakses pada 27 september 2023, dari: <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/13877/4/BAB%20II.pdf>
- Lucyantoro, B., & Rachmansyah, M. (2018). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi

- Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ekonomika* '45, 5(1). 38-54.
- Moleong, Lexy, J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Nurhayati, Islam, M.A. (2022). Perancangan Konten Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Dedado Batik Surabaya. *Jurnal Barik*. 3(2). 112-124.
- Nurkhakiki, AD, Mardiah, A, Wulan, DL, & ... (2023). Hubungan Penggunaan Media Sosial Dalam Membentuk Karakteristik Generasi-Z. *Afeksi: Jurnal ...* .jurnal.anfa.co.id, <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/afeksi/article/view/530>
- Pibulpanuvat, R (2019). Generation z's attitude towards music consumption on Joox online music streaming application.
- Safko, L. (2010). *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success*. John Wiley & Sons.
- Sari, I.N. (2023). Sejarah Tiktok dari Aplikasi Negeri Panda Hingga Mendunia. Diakses pada 27 September 2023, dari: <https://katadata.co.id/intannirmala/ekonopedia/6404f5c3ce775/sejarah-tiktok-dari-aplikasi-negeri-panda-hingga-mendunia>
- Sasongko, M. H. (2016). Mata Kuliah Musik Pop dalam Kurikulum Pendidikan Tinggi Seni di Indonesia. *Promusika*, 4(4), 21-31
- Simanjorang, Jeffri Yosep, & Pawitan, Gandhi (2021). *Modal Sosial, Inovasi, Dan Skena Musik: Studi Kualitatif Komunitas Musik Indie Bandung 1994-2004*.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Andy Offiset
- Tolan, M. S., Pelleng, F. A., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360-364.
- Yuwono, A. B. S., SE, M., Suryananta, M. Z., & Yandha, K. N. (2021). Mengelola Promosi Musik. *Profilm: Jurnal Ilmiah Ilmu Perfilman dan Pertelevision*, 1(2).