

PEMANFAATAN MEDIA BARU SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN GARIS SEPULUH CORPORATION SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI PADA SERIAL FILM ANIMASI RIKO THE SERIES)

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Dio Aditya

NIM : 1710411141



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Dio Aditya

NIM : 1710411141

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 27 Juli 2022

Yang menyatakan,

A 1000 Rupiah meter stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', 'METER', and 'TEMPER'. The serial number '7ED2AJX91015583' is visible at the bottom of the stamp.

Dio Aditya

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai citivas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dio Aditya
NIM : 1710411141
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, peneliti menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PEMANFAATAN MEDIA BARU SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN GARIS SEPULUH CORPORATION SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Serial Film Animasi Riko The Series)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Juli 2022

Yang menyatakan,



Dio Aditya

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Dio Aditya

NIM : 1710411141

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **Pemanfaatan Media Baru Sebagai Media Komunikasi Pemasaran
Garis Sepuluh Corporation Selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Serial Film
Animasi Riko The Series)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Pembimbing I



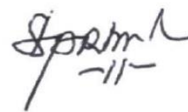
Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si, C.NSP, CIQaR

Penguji I



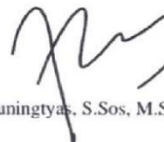
Dr. Iona Vicenovie O.S.

Penguji II



Drs. Supratman, M.Si

Ketua Program Studi



Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si, C.NSP, CIQaR

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 15 Juli 2022

**PEMANFAATAN MEDIA BARU SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
PEMASARAN GARIS SEPULUH CORPORATION SELAMA MASA
PANDEMI COVID-19 (STUDI PADA SERIAL FILM ANIMASI RIKO
THE SERIES)**

DIO ADITYA

ABSTRAK

Riko The Series merupakan serial film animasi anak yang dimiliki oleh sebuah perusahaan bernama Garis Sepuluh dan rilis pada bulan Februari 2020 lalu. Waktu tersebut sangat berdekatan dengan datangnya pandemi Covid-19 di Indonesia, Maret 2020. Sebagai sebuah perusahaan *start up* tentu membutuhkan usaha komunikasi pemasaran yang baik jika ingin mendapatkan konsumen baru. Keadaan pandemi membuat adanya keterbatasan dalam aktivitas secara *offline* sehingga banyak kegiatan dialihkan menjadi kegiatan *online*, termasuk kegiatan komunikasi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media baru sebagai media komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Garis Sepuluh selama masa pandemi Covid-19 serta untuk mengetahui jenis media baru apa saja yang digunakan dan jenis media baru manakah yang efisien dan kurang efisien untuk aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan kegiatan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini, peneliti memperoleh hasil bahwa media baru yang digunakan Garis Sepuluh untuk aktivitas komunikasi pemasaran Riko The Series merupakan beberapa jenis media sosial, yaitu Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, TikTok, Whatsapp, Telegram, dan juga Website. Media-media tersebut digunakan untuk melakukan banyak kegiatan secara *online* berdasarkan jenis bauran elemen komunikasi pemasaran. Garis Sepuluh sudah memanfaatkan media baru untuk aktivitas komunikasi pemasaran selama masa pandemi Covid-19 untuk meningkatkan *awareness* dan mendapatkan konsumen baru dengan baik.

Kata Kunci : Covid-19, Komunikasi Pemasaran, Media Baru, Media Sosial, Riko The Series

**UTILIZATION OF NEW MEDIA AS MARKETING COMMUNICATION
MEDIA FOR GARIS SEPULUH CORPORATION DURING THE COVID-19
PANDEMIC (STUDY ON RIKO THE SERIES ANIMATED FILM SERIES)**

DIO ADITYA

ABSTRACT

Riko The Series is a children's animated film series owned by a company called Garis Sepuluh and was released in February 2020. That time was very close to the arrival of the Covid-19 pandemic in Indonesia, in March 2020. As a start-up company, of course they need a good marketing communication efforts if they want to get new consumers. The pandemic situation created limitations in offline activities so that many activities were shifted to online activities, including marketing communication activities. This study aims to determine the use of new media as a marketing communication medium carried out by Garis Sepuluh during the Covid-19 pandemic and to find out what types of new media are used and which types of new media are efficient and less efficient for marketing communication activities. The research method used is qualitative with a case study approach. Data collection techniques were carried out with in-depth interviews, observation, and documentation activities. From the results of this study, the researchers obtained the results that the new media used by Garis Sepuluh for marketing communication activities for Riko The Series are several types of social media, namely Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, TikTok, Whatsapp, Telegram, and also Website. These media are used to carry out many online activities based on the type of marketing communication mix. Garis Sepuluh has used new media for marketing communication activities during the Covid-19 pandemic to increase awareness and get new consumers.

Keywords : Covid-19, Marketing Communication, New Media, Riko The Series, Social Media

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya, penulis diberikan kemudahan, kelancaran, dan kesehatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pemanfaatan Media Baru Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Garis Sepuluh Corporation Selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Serial Film Animasi Riko The Series) dapat terselesaikan dengan baik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan, bimbingan, serta semangat selama pengerjaan skripsi ini dilakukan, di antaranya kepada:

1. Kedua orang tua, abang, kakak, serta keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan baik materil maupun non materil sehingga penulis dapat menyelesaikan proses perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si, C.NSP, CIQaR, selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi dan juga sebagai Dosen Pembimbing Utama penulis yang sudah sangat sabar dan mau meluangkan waktunya untuk membimbing penulis di tengah kesibukannya, juga selalu memberikan dukungan, motivasi, saran, doa, dan kemudahan bagi penulis dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
3. Drs. Supratman, M.Si, selaku Dosen Pembimbing 2 penulis yang sudah membantu penulis dengan dukungan, saran, dan kemudahan yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Dudi Haryadi, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memfasilitasi melalui kebijakannya sehingga memudahkan penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Dra. Aniek Irawatie, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang sudah banyak membantu dalam proses bimbingan akademik penulis selama perkuliahan dari awal hingga akhir.
6. Seluruh jajaran dekanat dan staff akademik dan kemahasiswaan FISIP UPN Veteran Jakarta dalam membantu urusan perkuliahan.

7. Pihak dari Garis Sepuluh yaitu Mas Ocid, Mba Deisna, Mas Akmad, dan Mba Miftah, atas bantuan dan kesempatannya untuk bisa melakukan penelitian skripsi pada Riko The Series. Juga kepada ibu LT dan AC yang bersedia menjadi informan pada penelitian ini.
8. Teman-teman penulis selama masa perkuliahan yang juga sudah banyak membantu, mengajarkan, menemani dan memberikan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini, yaitu Rafif, Tiara, Arifa, Farah, Dilla, Opal, Gurit, Puguh, Shafa, Lingga, Hafiz, Nur Syifa dan teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
9. Teman-teman penulis sejak SMA yang juga banyak membantu penulis sejak awal perkuliahan hingga sekarang, yaitu Abay, Jihad, Yoga, Ghaffar, dan yang lainnya juga tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
10. Teman-teman dari FIVE TV yang sudah menemani dan memberikan banyak sekali pengalaman serta pembelajaran berharga kepada penulis selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis mengharapkan kepada para pembaca untuk dapat memberikan saran dan kritik yang membangun. Penulis mengucapkan banyak terima kasih atas kritik dan saran yang diberikan.

Jakarta, 24 Juni 2022

Penulis



Dio Aditya

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | iii |
| PENGESAHAN SKRIPSI | iv |
| ABSTRAK | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 14 |
| 1.1 Signifikansi Penelitian | 14 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 28 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 28 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 29 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 29 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 29 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 31 |
| 2.1 Konsep Penelitian | 31 |
| 2.1.1 Komunikasi Pemasaran | 31 |
| 2.1.2 Analisis SWOT | 32 |
| 2.1.3 Bauran Elemen Komunikasi Pemasaran | 33 |
| 2.1.4 Perencanaan Media | 37 |
| 2.1.5 Media Baru | 40 |
| 2.2 Kerangka Berpikir | 43 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 44 |
| 3.1 Objek Penelitian | 44 |
| 3.1.1 Garis Sepuluh Corporation | 44 |
| 3.1.2 Riko The Series | 45 |
| 3.2 Jenis Penelitian | 49 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 52 |

| | |
|---|------------|
| 3.4 Penentuan Informan | 54 |
| 3.5 Sumber Data..... | 56 |
| 3.6 Teknik Analisis Data..... | 57 |
| 3.7 Teknik Keabsahan Data | 58 |
| 3.8 Tabel Rencana Waktu Penelitian | 60 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 61 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 61 |
| 4.1.1 Latar Belakang Riko The Series | 62 |
| 4.1.2 Penentuan Target Audience | 66 |
| 4.1.3 Komunikasi Pemasaran Selama Pandemi Covid-19..... | 67 |
| 4.1.4 Penggunaan Media Baru | 70 |
| 4.1.5 Bauran Elemen Komunikasi Pemasaran | 76 |
| 4.1.6 Perencanaan Media dalam Komunikasi Pemasaran..... | 95 |
| 4.1.7 Evaluasi Komunikasi Pemasaran | 100 |
| 4.1.8 Faktor Pendukung dan Hambatan | 102 |
| 4.2 Pembahasan..... | 106 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 119 |
| 5.1 Kesimpulan | 119 |
| 5.2 Saran..... | 120 |
| 5.2.1 Saran Praktis | 120 |
| 5.2.2 Saran Teoritis | 121 |
| DAFTAR PUSTAKA | 122 |
| LAMPIRAN..... | 125 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 3.1 Informan Kunci & Informan Utama | 55 |
| Tabel 3.2 Informan Pendukung..... | 56 |
| Tabel 3.3 Rencana Waktu Penelitian | 60 |
| Tabel 4.1 Faktor Pendukung dan Penghambat..... | 106 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 1.1 Tampilan Kanal Youtube Riko The Series | 15 |
| Gambar 1.2 Data Survei Penetrasi Pengguna Internet APJII Q2 2020..... | 18 |
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir | 43 |
| Gambar 3.1 Logo Garis Sepuluh Corporation | 44 |
| Gambar 3.2 Logo Riko The Series..... | 45 |
| Gambar 3.3 Youtube Channel Riko The Series | 46 |
| Gambar 3.4 Tayangan Live Streaming Youtube Riko The Series..... | 47 |
| Gambar 3.5 Instagram Riko The Series | 47 |
| Gambar 3.6 Twitter Riko The Series | 47 |
| Gambar 3.7 TikTok Riko The Series | 48 |
| Gambar 3.8 Facebook Riko The Series..... | 48 |
| Gambar 3.9 Instagram Merchandise Riko The Series | 49 |
| Gambar 3.10 Model Interaktif dari Miles & Huberman | 57 |
| Gambar 4.1 Kolaborasi Riko The Series dan Syaamil Quran..... | 65 |
| Gambar 4.2 Produk Baju Anak Riko The Series | 65 |
| Gambar 4.3 Grand Launching Wahana Riko The Series di Kidzania | 65 |
| Gambar 4.4 Instagram Story Arie Untung dan Teuku Wisnu..... | 77 |
| Gambar 4.5 Konten Sales Promotion di Instagram Riko The Series..... | 82 |
| Gambar 4.6 Konten Sales Promotion di Twitter dan Whatsapp Riko The Series | 82 |
| Gambar 4.7 Konten Sales Promotion di Youtube Community dan Facebook Riko The Series..... | 83 |
| Gambar 4.8 Event Riko Goes to School | 85 |
| Gambar 4.9 Contoh Berita Online tentang Riko The Series..... | 86 |
| Gambar 4.10 Survei Online di Instagram Riko The Series..... | 87 |
| Gambar 4.11 Whatsapp Business Riko The Series..... | 88 |
| Gambar 4.12 Live Streaming Murottal di Youtube Riko The Series | 90 |
| Gambar 4.13 Lomba Online Riko The Series | 91 |
| Gambar 4.14 Pemanfaatan Media Baru Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Garis Sepuluh Corporation Selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Serial Film Animasi Riko The Series) | 118 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| LAMPIRAN 1 - PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN | 125 |
| LAMPIRAN 2 - TRANSKRIP WAWANCARA | 129 |
| LAMPIRAN 3 - DOKUMENTASI WAWANCARA..... | 184 |
| LAMPIRAN 4 - SURAT PERMOHONAN RISET | 186 |
| LAMPIRAN 5 - RIWAYAT HIDUP | 187 |