



BRANDING KOMUNITAS TEATER KELILING UNTUK MEMPERTAHANKAN SENI BUDAYA INDONESIA

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Nama : Amadea Qureta Ayunina

NIM : 2110411029



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Amadea Qureta Ayunina

NIM : 2110411029

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, 03 Juni 2025

Yang menyatakan,



Amadea Qureta Ayunina

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amadea Qureta Ayunina
NIM : 2110411029
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, 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:

BRANDING KOMUNITAS TEATER KELILING UNTUK MEMPERTAHANKAN SENI BUDAYA INDONESIA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan 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:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 23 Juli 2025

Yang menyatakan,



Amadea Qureta Ayunina

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Amadea Qureta Ayunina
NIM : 2110411029
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Branding Komunitas Teater Keliling Untuk
Mempertahankan Seni Budaya Indonesia

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

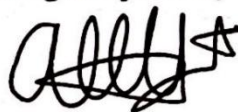
1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 23 Juli 2025

Yang menyatakan,



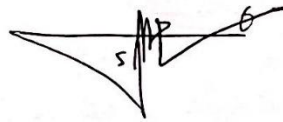
Amadea Qureta Ayunina

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Amadea Qureta Ayunina
NIM : 2110411029
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Branding Komunitas Teater Keliling Untuk Mempertahankan
Seni Budaya Indonesia

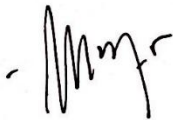
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Dede Suprayitno, M.I.Kom.

Penguji 1



Dra. Siti Maryam, M.Si.

Penguji 2



Anindita Lintangdesi A., M.Si.

**Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi**



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

**Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 1 Juli 2025**

BRANDING KOMUNITAS TEATER KELILING UNTUK MEMPERTAHANKAN SENI BUDAYA INDONESIA

AMADEA QURETA AYUNINA

ABSTRAK

Fenomena era digital menjadi tantangan tersendiri bagi berbagai sektor kesenian, khususnya seni pertunjukan teater yang berbasis budaya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *branding* komunitas Teater Keliling dalam upaya mempertahankan seni budaya Indonesia, dengan menggunakan konsep *Brand Expression* dari Sicco Van Gelder. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan beberapa anggota dan penonton Teater Keliling, sedangkan observasi dilakukan selama proses latihan untuk pertunjukan mendatang mereka. Data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, lalu divalidasi menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand positioning* Teater Keliling terlihat dalam upayanya untuk aktif berkeliling sembari merepresentasikan nilai-nilai budaya dengan memiliki ciri khas dalam setiap pertunjukannya, membedakan mereka dari kelompok teater lainnya. Identitas merek (*brand identity*) mereka tercermin melalui nilai, prinsip, visualisasi panggung, penggunaan media sosial serta harapan mereka untuk terus menjadi representasi teater kebudayaan. Terakhir, kepribadian merek (*brand personality*) Teater Keliling berlandaskan pada sifat *passion* yang kuat dalam melestarikan budaya Indonesia yang akhirnya mencerminkan sifat kekeluargaan dalam komunitas maupun pertunjukan mereka, sifat semangat juang dan juga sifat kompetensi adaptif di era digital. Teater keliling berupaya mewujudkan citra yang selaras dengan tujuan awal mereka yakni untuk mempertahankan seni budaya Indonesia di era digital dengan pendekatan *branding* ini.

Kata Kunci: Branding Komunitas, Seni Budaya Indonesia, Brand Expression

BRANDING OF TEATER KELILING COMMUNITY TO PRESERVE INDONESIAN CULTURAL ARTS

AMADEA QURETA AYUNINA

ABSTRACT

The digital era phenomenon has become a challenge for various art sectors, especially culturally based theater performing arts. This study aims to describe the branding of the Teater Keliling community in an effort to maintain Indonesian cultural arts, using the concept of Brand Expression from Sicco Van Gelder. This study uses a qualitative method with a case study approach. The data collection techniques used are interviews, observations and documentation. Interviews were conducted with several members and audiences of Teater Keliling, while observations were conducted during the rehearsal process for their upcoming performance. Data were analyzed through the stages of data reduction, data display and conclusions (drawing/verifying), then validated using source triangulation technique. Results of the study show that the Teater Keliling brand positioning is seen in its efforts to actively travel while representing cultural values by having distinctive characteristics in each of its performances, distinguishing them from other theater groups. Their brand identity is reflected through their values, principles, stage visualization, use of social media and their hopes to continue to be a representation of cultural theater. Finally, Teater Keliling's brand personality is based on a strong passion for preserving Indonesian culture, which ultimately reflects the familial nature of their community and performances, their fighting spirit, and their adaptive competence in the digital age. Teater Keliling strives to create an image that aligns with their initial goal of preserving Indonesian arts and culture in the digital era with this branding approach.

Keywords: Community Branding, Indonesian Cultural Arts, Brand Expression

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wata'ala atas seluruh nikmat, rezeki, serta pertolongan-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Branding Komunitas Teater Keliling untuk Mempertahankan Seni Budaya Indonesia”. Penelitian skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pada proses ini, peneliti mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan syukur, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. S. Bkti Istiyanto, M.Si. selaku Dekan FISIP UPN Veteran Jakarta.
2. Uljanatunnisa, S.Sos., MA selaku Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, FISIP UPN Veteran Jakarta.
3. Dede Suprayitno, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan serta arahan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Dra. Siti Maryam, M.Si. dan Anindita Lintangdesi A., M.Si selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran untuk penyusunan skripsi ini.
5. Yayasan Teater Keliling dan beberapa penonton Teater Keliling, yang telah bersedia menjadi subjek penelitian serta Dr. Yudie Aprianto, S.P., M.Sc., yang telah bersedia diwawancara untuk validasi keabsahan data.
6. Kedua orang tua peneliti, abang dan kakak yang selalu memberikan segala bentuk dukungan serta doa yang tiada henti.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti memohon maaf atas segala kekurangan yang ada, serta terbuka dalam menerima kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta wawasan bagi siapa pun yang membacanya.

Jakarta, 03 Juni 2025



Amadea Qureta Ayunina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iv
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Batasan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.6 Sistematika Penelitian	16
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Konsep – Konsep Penelitian	26
2.2.1 Branding.....	26
2.2.2 Komunitas	30
2.2.3 Seni Teater.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
 BAB III METODE PENELITIAN	 35
3.1 Subjek dan Objek Penelitian	35

3.2	Jenis Penelitian	37
3.3	Teknik Pengumpulan Data	38
3.4	Sumber Data	42
3.5	Teknik Analisis data	46
3.6	Jadwal Penelitian	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	50
4.2	Hasil Penelitian	51
4.2.1	Branding yang dilakukan oleh Komunitas Teater Keliling dalam Mempertahankan Kesenian Budaya Indonesia	53
4.3	Pembahasan Penelitian	99
4.3.1	Brand Positioning	100
4.3.2	Brand Identity	108
4.3.3	Brand Personality	118
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		124
5.1	Kesimpulan	124
5.2	Saran	125
5.2.1	Saran Praktis	125
5.2.2	Saran Teoritis	126
DAFTAR PUSTAKA		127
RIWAYAT HIDUP		131
LAMPIRAN		132

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	43
Tabel 3.2 Tabel Penelitian Tahun 2024-2025	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Instagram Teater Keliling	2
Gambar 1.2 Audisi Pertunjukan Teater Keliling “Mirah” yang Diselenggarakan di Sekolah Highscope Bintaro.....	4
Gambar 1.3 Survei Omnichannel Digital Consumption Report 2023 (Jenis Konten yang Sering Diakses di Media Sosial)	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 3.1 Model Analisis Data dari Miles dan Huberman	48
Gambar 4.1 Dokumentasi Teater Keliling Pentas di Madrid, Spanyol	55
Gambar 4.2 Dokumentasi Tour Teater Keliling ke Jawa Timur dan Nusa Tenggara Timur	56
Gambar 4.3 Dokumentasi Teater Keliling dalam Festival Seni Bali Jani V 2023	57
Gambar 4.4 Latihan Teater Keliling untuk Musikal Mirah (2025)	59
Gambar 4.5 Pementasan Teater Keliling dengan Tema Cerita Rakyat ataupun Sejarah.....	60
Gambar 4.6 Pementasan Teater Keliling yang Melibatkan Talent Masif.....	67
Gambar 4.7 Selaksa Karya dan Showcase yang Dilakukan Teater Keliling.....	71
Gambar 4.8 Logo Teater Keliling	80
Gambar 4.9 Penggunaan Fitur Instagram oleh Teater Keliling.....	83
Gambar 4.10 Respon dan Timeline Sejarah Teater Keliling.....	84
Gambar 4.11 Konten Teater Keliling untuk Produksi Musikal Mirah yang Menggunakan Lagu dari Musikal Wicked	84
Gambar 4.12 Kebiasaan Anggota Teater Keliling Setelah Latihan dan Acara Tukar Kado	94
Gambar 4.13 Branding Komunitas Teater Keliling untuk Mempertahankan Seni Budaya Indonesia	123

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara	132
Lampiran 2. Coding – Berdasarkan Konsep Brand Expression.....	195
Lampiran 3. Observasi	220
Lampiran 4. Dokumentasi Observasi	223
Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara	224