

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Oemi. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Afifuddin. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Anggoro, M. Linggar. 2000. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bachri, Bachtiar S. 2010. *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada*
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center dan Glen M. Broom. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Dellyana, H. H. (2015). *Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025 Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT. Republik Solusi.
- Departemen Pendidikan Nasional. 1988. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Jauhari, Minan. 2013. *Public Relations Membangun Citra dengan Komunikasi*. Jember: STAIN Jember Press
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmad. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Onong Uchjana Effendy. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* Bandung: Citra Aditya Bakti
- Ruslan, Rosady. 1997. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2007. *Dasar-Dasar Public Relation Cetakan kelima*. Bandung : Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.

Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto. 2007. *Dasar-Dasar Public Relations* Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Sugiyono. 2011. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

**Jurnal:**

Kent, M. L., & Taylor, M. (2002). *Toward a Dialogic Theory of Public Relations*. *Public Relations Review*, 28, 21-37.

**Internet:**

Diakses dari <https://www.beritasatu.com/lifestyle/970023/hari-pertama-the-sound-project-vol-5-pengunjung-tembus-38000-orang> pada tanggal 4 Oktober 2022 Pukul 15.00

Diakses dari <https://eprints.uny.ac.id/23960/5/5.%20BAB%20III.pdf> pada 4 Oktober 2022 pukul 18.00 WIB



## LAMPIRAN DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA KEY INFORMAN

1. Bagaimana mas Ghana mendefinisikan citra positif dalam konteks promoter konser musik?
2. Apa strategi PR the sounds project dalam membangun citra positif?
3. Implementasi strategi untuk membangun citra tersebut bagaimana langkah awal yang dilakukan?
4. Siapa saja yang ikut merancang strategi membangun citra positif?
5. Citra positif seperti apa yang ingin ditampilkan oleh the sounds project?
6. Bagaimana cara berinteraksi dengan mitra atau sponsor dalam membangun citra the sounds project?
7. Bagaimana mas Ghana memilih dan mengelola artis/band sebagai untuk dapat mendukung citra positif the sounds project?
8. Citra positif yang sudah dibangun oleh the sounds project siapa target audiens target audiens nya?
9. The Sounds project apakah pernah mengalami sebuah krisis citra/pemberitaan yang tidak baik?
10. langkah untuk menanganinya pemberitaan yang tidak baik oleh media?
11. Citra negatif yang diciptakan oleh promotor yang tidak bertanggung jawab maka terjadi nya gagal suatu festival/konser apakah the sounds project terpengaruh dengan fenomena itu?
12. Apakah the sounds project memperbagus visual media sosial atau visual di venue sebagai penunjang citra positif?
13. Apakah ada strategi tersendiri mas Ghana tergabung sebagai anggota APMI (Asosiasi Promotor Musik Indonesia) untuk penunjang membangun citra positif The Sounds Project?

## LAMPIRAN DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA INFORMAN

1. Bagaimana strategi khusus tim marketing and sales untuk membangun citra positif?
2. Alasan membuat musicverse apakah termasuk dalam strategi membangun citra tsp?
3. Bagaimana dalam mengelola feedback yang diterima?
4. Alasan tsp menggunakan langkah bekerjasama dengan komunitas-komunitas dan media kampus apakah itu termasuk kedalam langkah strategi membangun citra positif?
5. Apa peran dari volunteer dalam strategi membangun citra positif tsp?
6. Apakah para volunteer ini bisa disebut dengan buzzer yang secara sukarela membantu menaikkan citra tsp?
7. Apakah ada program csr/tanggung jawab sosial dari TSP untuk membantu menaikkan citra positif tsp?
8. Menurut anda bagaimana citra the sounds project saat ini dimata publik?
9. Apakah akan ada kesempatan bekerja bagi para volunteer untuk menjadi tim internal tsp?
10. langkah pendekatan komunikasi yang dilakukan oleh tim The Sounds Project dengan para volunteer?

## PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA//KEY INFORMAN

Judul : Strategi Membangun Citra Positif The Sounds Project

Identitas Informan

Nama : Gerhana Banyubiru

Umur : 30 Tahun

Jabatan : Project Director

Alamat : Srengseng Jakarta Selatan

Waktu wawancara: 20 Juli 2023

1	<p>Bagaimana mas Ghana mendefinisikan citra positif dalam konteks promoter konser musik?</p>	<p>Citra positif yang apa adanyadengan menceritakan darimana asalnya, seperti yang saya tau synchronize fest mereka berasal dari label music ya kan kalau kita dari kampus. Menginformasikan yang sebenar-benarnya kepada media tidak ada yang ditambah atau dikurangi seperti dari segi jumlah penonton Kunci nya jujur, kerja keras, kredibelitas dengan membikin event tidak dicancel.</p>
2	<p>Apa strategi PR the sounds project dalam membangun citra positif?</p>	<p>Strategi untuk citra itu sebenarnya tidak ada kami hanya memprogram acara ya kalau ada itu paling strategi bisnis. Karakter kita ya anak kampus gaada strategi secara khusus, ya akhirnya citra kita seperti itu berawal</p>

		dari kampus jadi kita kembangkan dari situ. Menurut saya citra yang baik adalah citra yang original dengan tidak dibuat-buat.
3	Implementasi strategi untuk membangun citra tersebut bagaimana langkah awal yang dilakukan?	Media apa yang digunakan untuk menjalankan strategi membangun citra positif? Kalau strategi ya promosi sih karena target kita 18-25 tahun, media penting hanya sebagai pelengkap. Cukup intens juga dengan media-media kampus dijaga keeratannya contoh seperti Bvoice (Binus Radio), komunitas musik fikom, UBL radio masih banyak lagi itu dulu baru kita mencari media mainstream.
4	Siapa saja yang ikut merancang strategi membangun citra positif?	Strategi 100% dari gua untuk eksekusi ya tim gua disini gua sebagai coach aja misal gua mau 442 nih ya karena coach bertanggung jawab atas strategi gua sih tetap mendengar masukan dari tim tapi gua mencerna mau strategi apa nya, dengan cara survei, kuantiti, dan algoritma karena gua dulu anak teknik.
5	Citra positif seperti apa yang ingin ditampilkan oleh the sounds project?	Kita ga pernah memikirkan ingin terlihat seperti apa sih yaa karena kita lebih fokus terhadap value nya. Kalau

		<p>value The sound Project ya disini anak kampus kita ajarin buat festival besar walaupun itu resiko karena mereka belum berpengalaman dan kita ambil resiko itu karena value kita ya <b>edukasi</b>. Ya gua pusing banget stress ngajarin tim baru tapi itu yang kita pertahankan value nya, karena keren nya We The Fest, Pesta Pora, Synchronize fest dengan keren nya The Sounds Project ya pasti beda. Fokus terhadap value karena design visual kita ya ga wah-wah banget biasa aja membuat secara visual bagus tapi bukan kearah sana karena kita pengen harga tiket festival murah terjangkau untuk target audiens 18-25 tahun dan mereka juga puas. Pada akhirnya kita mampu fokus pada edukasi nya karena belum ada sekolah nya lah jadi silahkan sekolah di The Sounds Project. Pada akhirnya ada yang keluar dari The Sounds Project mampu membuat festival seperti kita totalnya ada 3.</p>
6	<p>Bagaimana cara berinteraksi dengan mitra atau sponsor dalam membangun citra the sounds project?</p>	<p>interaksi kepada pihak eksternal dengan menceritakan kita dulu berawal dari kampus contohnya ke sponsor rokok karena ya sesuai target juga terus juga bukan yang ngebentuk</p>

		<p>menceritakan kita akan menjadi festival terbesar se-Asia Tenggara dengan etnik ini yaa. Dengan menceritakan apa adanya aja ya lu liat kan stage kita biasa aja ornament juga bukan yang gimana-gimana.</p>
7	<p>Bagaimana mas Ghana memilih dan mengelola artis/band sebagai untuk dapat mendukung citra positif the sounds project?</p>	<p>pemilihan artis musisi dengan tujuan untuk membangun citra positif, kita tidak terbatas genre. Kita juga ikut membantu para artist yang mempunyai kapasitas untuk naik level ke skala nasional seperti feel koplo dari awalnya belum banyak panggung tapi setelah TSP 2019 mereka jadi banyak panggung nya. Lalu kita juga kawinkan dengan musisi internasional The Wallters (USA) dengan feel koplo memutarakan lagu yang viral di tiktok lalu lagunya dibikin remix koplo</p>
8	<p>positif yang sudah dibangun oleh the sounds project siapa target audiens target audiens nya?</p>	<p>Target audiens kita mempunyai loyal customer mereka ada yg dari pacaran sampai punya anak, ada yang dari umur 23 sekarang 31, kadang senior ajak junior nya untuk nonton. Kita tetap di 18-25 tahun fokus nya selalu ditarik ke umur itu.</p>
9	<p>The Sounds project apakah</p>	<p>Kadang2 netizen ada komen</p>



	<p>pernah mengalami sebuah krisis citra/pemberitaan yang tidak baik?</p>	<p>bahasanya rada diluar nalar seperti acara lu sampah. Ya kita gabisa nyenenengin semua orang lah ya. Gaada festival yang sempurna, diluar aja seperti fuji rock harus berjalan jauh dulu terus nonton Coldplay antri berjam-jam. Pasti kita evaluasi semuanya seperti kapasitas akan kita sesuaikan dan baru pertama kali memakai venue di ancol.</p>
10	<p>langkah untuk menanganinya pemberitaan yang tidak baik oleh media?</p>	<p>menanggapi feedback di sosial media sudah ada template dari tim yaa tapi ada diskusi juga ke saya untuk mengeksekusinya</p>
11	<p>Citra negatif yang diciptakan oleh promotor yang tidak bertanggung jawab maka terjadi nya gagal suatu festival/konser apakah the sounds project terpengaruh dengan fenomena itu?</p>	<p>fenomena festival gagal belakangan ini yaa tidak terdampak, yaa ketakutan orang pasti ada karena kepenuhan tapi the sounds project dari segi citra tidak terdampak dan ke penjualan pun juga tidak karena tiket sudah mau sold out</p>
12	<p>Apakah the sounds project memperbagus visual media sosial atau visual di venue sebagai penunjang citra positif?</p>	<p>iya sebenarnya sih fokus kita eksekusi dengan baik aja, contohnya lu kaya ada film nih visual nya bagus banget tapi cerita nya ga menarik pasti ada yang kurang kan kalo ada sesuatu yang terlalu bagus pasti ada yang ga ke cover. Tapi kalo gua ya visual nya ga jelek-jelek amat teknis nya aman,</p>

		<p>tapi ya ada yang visual nya jelek tapi jalan cerita nya bagus ya balik lagi approach ya mau gimana. Ya kalo di media sosial visual kita biasa aja sih Cuma foto-foto tapi banyak yang ke kuning-kuningan karena identitas kita warna kuning.</p>
13	<p>ada strategi tersendiri mas Ghana tergabung sebagai anggota APMI (Asosiasi Promotor Musik Indonesia) untuk penunjang membangun citra positif The Sounds Project?</p>	<p>Ya dengan bergabung nya gua jadi anggota APMI pastinya iya dong karena dengan ikutnya asosiasi tersebut dapat dipertanggung jawabkan untuk kridebilas karena jika ingin masuk ke dalam APMI ada persyaratan nya salah satunya seperti promotor minimal sudah membuat konser musik 3 kali dengan skala yang sudah ditentukan oleh APMI. Gua juga bukan hanya sebagai anggota tapi juga menjabat sebagai wakil ketua bidang komunikasi publik dan promosi dan disana gua juga sebagai anggota termuda.</p>

## PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA// INFORMAN

Judul : Strategi Membangun Citra Positif The Sounds Project

### Identitas Informan

Nama : Ghani Yusuf

Umur : 27 tahun


Jabatan : Marketing Sales Manager

Alamat : Srengseng Jakarta Selatan

Waktu wawancara: 20 Juli 2023


1	<p>Bagaimana strategi khusus tim marketing and sales untuk membangun citra positif?</p>	<p>Strategi membangun citra positif the sounds project sebenarnya karena kita dari kampus ya membangun citra nya tetap mengajak komunitas-komunitas kampus jadi ya membangun citra nya tidak melupakan kita berdiri darimana jadi membangun citra nya dari situ. Makanya the sounds project dikenal sebagai acara kampus, strateginya balik lagi inget ke roots maka secara organik akan terbentuk.</p>
2	<p>Alasan membuat musicverse apakah termasuk dalam strategi membangun citra tsp?</p>	<p>musicverse terbangun disaat pandemic karena tidak bisa membuat acara besar akhirnya tsp co membuat ip baru untuk kita punya acara skala kecil. Akhirnya kita jadikan road to tsp sebagai pensupport citra the</p>

		<p>sounds project ya awal nya ini kan dari kesulitan pada akhirnya ini jadi kebaikan.</p>
3	<p>Bagaimana dalam mengelola feedback yang diterima?</p>	<p>menanggapi feedback dari luar kita tampung selama itu membuat kita jadi lebih baik ya pasti kita terima dan lakukan tapi kalo itu orang sok tau sok ngerti event kita diemin aja. Kita ga pernah takut dampak dari luar mau diomongin gimana karena kita tujuan nya menghibur penonton dan memberi wadah ke band dan orang-orang. Tetap kita baca komen dari netizen maupun dari media ya kita santai sih ambil aja lalu kita perbaiki dari masukan-masukan itu.</p>
4	<p>Alasan The Sounds Project menggunakan langkah bekerjasama dengan komunitas-komunitas dan media kampus apakah itu termasuk kedalam langkah strategi membangun citra positif?</p>	<p>alasan tsp memilih media kampus pasti tujuan nya membangun citra positif karena tau market dan target audiens kita anak kuliah. Kita lahir bangun dan terbentuk dari situ jadi kita tidak mau melupakan komunitas-komunitas kampus. Karena festival jarang menggaet itu semua, bisa dibilang kita sebagai memberi trigger untuk mengikutsertakan komunitas kampus yg akhir-akhir ini festival besar dinaungin oleh korporat-korporat besar juga melirik kesitu karena</p>

		<p>komunitas itu kuat. Kalo untuk citra positif pasti karena anak kampus anak komunitas jadi merasa terangkul sama festival besar jadi mereka respect sama the sounds project dan mau hadir. Jadi nya system kita bikin seperti itu dari kampus dan system itu akan berjalan dengan sendirinya jadi omongan ke kampus lain makin lebar dan banyak tau the sounds project. Karena kita inget lahir dari koridor kampus jadi kita gaet komunitas-komunitas kampus. Kita juga memberikan harga special kepada komunitas dan media kampus karena mengerti anak kampus uang nya terbatas jadi kita bekerjasama dengan menjual tiket yang lebih murah dibanding harga normal.</p>
5	<p>Apa peran dari volunteer dalam strategi membangun citra positif tsp?</p>	<p>the sounds project itu udh punya strategi cara melebarkan informasi dengan memanfaatkan SDM bukan Cuma teknologi karena kita yakin mulut ke mulut itu ampuh karena dulu kan orang tau festival dari mulut ke mulut seperti nempelin poster-poster nah itu juga hal yang belum kita tinggalin tuh.</p> <p>Pemanfaatan volunteer untuk pelebaran informasi sebagai dari mulut ke mulut ya kita juga ga melupakan teknologi kita sinergiin.</p> <p>Nantinya volunteer akan mempublikasikan melalui sosial</p>

		media mereka, tujuannya volunteer untuk penyebaran informasi sih
6	Apakah para volunteer ini bisa disebut dengan buzzer yang secara sukarela membantu menaikkan citra tsp?	<p>Volunteer ya bisa termasuk buzzer sih karena mereka ikut membantu edukasi orang lain sih misalkan ada orang the sounds project apasih ya pastinya si volunteer itu akan ngejelasin kan jadi secara ga langsung ya buzzer. Buzzer ga melulu negative kan buzzer juga bisa positif, citra yang mau dibangun the sounds project kan positif pastinya jadi para volunteer diedukasi juga dan melalui kurasi bukan sembarangan volunteer karena kita disini edukasi mereka cara mereka ngomong dan suatu acara produk. Selalu kita jagain mereka karena dari 500 volunteer tapi ada 100 yang ga teredukasi ya bisa merusak citra positif the sounds project</p>
7	Apakah ada program csr/tanggung jawab sosial dari TSP untuk membantu menaikkan citra positif tsp?	<p>Tanggung jawab sosial yang kita lakukan dari segi edukasi sebenarnya sih Ghana kan selalu bilang kalo buat festival musik itu belum ada sekolah nya. Karena belakangan ini banyak festival yang gagal dan cancel ya kita gamau itu terjadi makanya kita suka isi seminar ga dibayar untuk kampus-kampus. Karena festival yang gagal akan</p>

		<p>merugikan festival yang sudah ada itu juga bisa membuat daya beli berkurang akhirnya penonton trust issue. Jadi ya itu sih cara kita mengembangkan industri ini dengan terus mengedukasi sampai ke anak intern selalu kita ingat kan bagaimana membuat festival yang benar karena kita terus selalu mengedukasi karena kalo ini gaada penerusnya ya bisa mati industrinya.</p>
8	<p>Menurut anda bagaimana citra the sounds project saat ini dimata publik?</p>	<p>citra the sounds project saat ini salah satu festival besar di Indonesia yang dikerjakan oleh anak muda karena disini paling tua umur 31 sisanya ya ada juga yang masih kuliah. Tetapi bisa tetap bersaing dengan festival besar lain nya walaupun kita bukan dibawah suatu grup yang besar.</p>
9	<p>Apakah akan ada kesempatan bekerja bagi para volunteer untuk menjadi tim internal tsp?</p>	<p>volunteer sebenarnya kan kebutuhan di hari h tapi untuk kedepan nya volunteer akan diberikan kesempatan untuk event lain seperti volunteer tahun kemarin diajak lagi untuk acara nya konser tunggal raisa karena the sounds project juga sebagai eo. Tapi ada juga yang lanjut magang di kantor the sounds project dan ada juga yang dari anak magang</p>

		masuk jadi bagian tim the sounds project.
10	<p>langkah pendekatan komunikasi yang dilakukan oleh tim The Sounds Project dengan para volunteer?</p> 	<p>pendekatan komunikasi kalo kita nongkrong aja dan mengadakan weekly meeting untuk saling mengenal satu sama lain dengan para PIC nya dan kita ada musicverse mereka kita kasih invitation nonton secara gratis acara pra event The Sounds Project dan juga sama seperti ke komunitas kita kasih invitation juga. Hal tersebut dibikin suasana tongkrongan agar lebih ngebaur dan nyaman mengenal satu sama lain jika ada yang ingin ditanyakan yang pada akhirnya pada saat hari H gaakan ada canggung satu sama lain.</p>



## Lampiran Foto dengan Key Informan



## Lampiran Foto dengan Informan



## LAMPIRAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi:

Nama: Khairul Amri

NPM: 193516516549

Tempat, Tanggal Lahir: Jakarta, 21 November 2000

Alamat: Jalan Bunga Rampai VII/2 NO.206 RT/16 RW/06 Kec. Duren Sawit Kel.  
Malaka Jaya, Kota Jakarta Timur

Email: Khairulamri2000@gmail.com

Jenis Kelamin: Laki-laki

Agama: Islam

Kewarganegaraan: Indonesia

Pendidikan Formal:

1. SDN 06 Pagi Malaka Sari
2. MTSN 21 Negeri Jakarta
3. SMAN 89 Jakarta
4. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional – Jakarta Selatan



Khairul Amri - Cek turnitin 1 - 20 x +

File | C:/Users/ASUS/Downloads/Khairul%20Amri%20-%20Cek%20turnitin%201%20-%202020%25.pdf

Read aloud 130 of 137

### tahap 1

ORIGINALITY REPORT

20%	20%	5%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.untirta.ac.id Internet Source	2%
2	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2%
3	thesoundsproject.com Internet Source	1%
4	repository.unas.ac.id Internet Source	1%
5	repository.upnvj.ac.id Internet Source	1%
6	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%
7	docplayer.info Internet Source	1%
8	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
9	repository.mercubuana.ac.id Internet Source	1%

31°C Sebagian cerah 9:34 AM 8/8/2023



DATA SKPI - UNIVERSITAS NASIONAL

Tambah Data SKPI

Nomor	Uraian Kegiatan	Uraian Kegiatan (in English)	Jenis Kompetensi	Skor	Dokumen	Status	Tools
1	Seminar Content Creator "find your personality as content creator" TRAXFM	Seminar Content Creator "find your personality as content creator" TRAX FM	KPL	200		Disetujui	
2	Talkshow Lifestyle Immune and Germ: healthy kampanye #PerkuatDihlagaheger (Perhunas Muda)	Talkshow Lifestyle Immune and Germ: healthy kampanye #PerkuatDihlagaheger (Perhunas Muda)	KPL	500		Disetujui	
3	Peserta webinar penyensoran dan daya saing TV lokal di era digitalisasi penyiaran	Participant in the webinar on censorship and local TV competitiveness in the broadcasting digitalization era	KPL	200		Disetujui	
4	Peserta Tips Membuat punchline dan bridging dalam siaran	Participants Tips Making punchlines and bridging in broadcasts	KPL	100		Disetujui	
5	Panitia sebagai LQ Artist di The Sounds Project Vol 5	Crew artist The Sounds Project Vol.5	KPT	300		Disetujui	
6	Volunteer We The Fest 2023 Ismaya Live	Volunteer We The Fest 2023 Ismaya Live	KPT	500		Disetujui	

Jumlah Skor  
 KPP : 0  
 KPL : 1000  
 KPT : 800  
 Skor yang Disetujui : 1800

