

Analisa The Wheels of Viral Marketing pada strategi promosi hasil karya musisi independen yang dilakukan melalui Microblogging Twitter : studi analisa pada Adhitia Sofyan, singer dan song-writer = Analysis The Wheels of Viral Marketing on strategic promotion of independent musicians creations that conducted through Microblogging Twitter : analysis case on Adhitia Sofyan, singer and song-writer

Dyah Ayu Ramadhani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20349057&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi internet semakin mempermudah promosi suatu produk, terutama setelah lahir dan tumbuh pesatnya media sosial. Berbagai strategi promosi semakin beragam dan semua lini bisnis turut mengaplikasikannya tidak terkecuali adalah industri musik. Musik merupakan sebuah industri yang tidak terpisahkan dari media sosial. Musisi indie, demi mempertahankan idealisme di dalam bermusik serta berkeaktivitas pada akhirnya kemudian memilih jalur strategi melakukan promosi melalui medium media sosial, dimana viral marketing memegang peranan terpenting. Beberapa musisi Indonesia yang dapat dikatakan berhasil di dalam menerapkan strategi promo melalui social media di antaranya adalah Bottlesmoker, Mocca, White Shoes and the Couples Company serta The S.I.G.I.T.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh musisi, khususnya musisi independent di Indonesia melalui proses viral marketing dengan menggunakan medium media sosial, dalam hal ini adalah Twitter. Penelitian ini kemudian mengambil studi kasus pada seorang penyanyi solois sekaligus penulis lagu, Adhitia Sofyan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui berbagai strategi promosi yang dilakukan oleh Adhitia Sofyan, alasan mengapa menggunakan media sosial sebagai media promosi, kendala yang dihadapi serta kelebihan dan kekurangan media sosial sebagai media promosi. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif menggunakan analisa serta interpretasi dari wawancara yang menjadi narasumber di dalam penelitian ini. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial merupakan salah satu medium promosi yang cukup efektif.

.....

The development of internet technology is making it easier in promoting a product, especially after its birth and its rapid growth of social media. Increasingly diverse range of promotional strategies and applying all business lines contributed music industry is no exception. The music industry is an integral part of social media. Indie musicians, in order to maintain idealism in music and creativity in the end then choose the path of promotion strategies through the medium of social media, viral marketing where the most important role. Some Indonesian musicians who can be said to be successful in implementing the strategy through social media promo include Bottlesmoker, Mocca, White Shoes and the Couples Company and The SIGIT. This study was conducted to determine promotional strategies undertaken by the musicians, especially independent musicians in Indonesia through the process of viral marketing using social media medium, in this case Twitter. The study then took a case study on a soloist singer-songwriter, Adhitia Sofyan. The purpose of this study was to determine the various promotional strategies undertaken by Adhitia Sofyan, the reason why the use of social media as a promotional medium, obstacles faced and the advantages and disadvantages of social media as a promotional media.

The study was conducted by using qualitative methods of analysis and interpretation of the interview, the informant in this study. Research shows that social media is one of the most effective promotional medium.