

## Analisis pemasaran melalui internet : penerapan strategi free lunch method terhadap Pandjimusic = Online marketing analysis : case study of Pandjimusic's free lunch method

Falah Maulida Kharismayani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20369020&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Di tengah pembajakan yang sedang marak terjadi dalam industri musik Indonesia, industri musik karya Pandji Pragiwaksono?PandjiMusic?tetap bertahan bahkan terus berkembang. Pandji memperkenalkan sebuah metode baru hasil pemikirannya: Free Lunch Method (FLM). FLM menjadi metode pemasaran baru di mana ada tiga pihak yang terlibat bisa diuntungkan. Pertama adalah musisi itu sendiri, di mana melalui pemasaran online, karya-karyanya bisa dikenal ke publik dan terjangkau luas tak terbatas. Kedua adalah pihak klien atau sponsor yang diuntungkan dan mendapat kesempatan untuk mengafiliasi mereknya melalui sang musisi. Ketiga, para penikmat musik juga diuntungkan karena mendapatkan akses secara cepat, mudah, dan mendapat lagu langsung dari musisinya. Karya ini menjelaskan analisa bagaimana penerapan strategi Free Lunch Method dalam mensukseskan PandjiMusic.

<hr>

In the midst of piracy cases dealt with Indonesian music industry, Pandji Pragiwaksono?s music industry?PandjiMusic?remains strong and grow. Pandji introduced a new method as a result of his creation: Free Lunch Method (FLM). FLM became a new marketing strategy which has three parties that would get their own benefits. First, the musicians whose creations will be well-known by public through internet marketing. Second, the clients or sponsors who will get the chances to affiliate their brands with the musicians. Third, the music lovers who will gain some benefits by getting a quick and easy access to the songs directly from the musicians. This paper aims to explain the application of the Free Lunch Method as a strategy used by PandjiMusic.