

Strategi musisi populer Indonesia dekade 2000-an dalam rantai nilai baru industri musik populer Indonesia: studi kasus grup band Nidji = The 2000s Indonesia pop musician strategy in the pop music industry new value chain: group band Nidji case study

Vitorio Mantalean, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20472476&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kemapanan major label yang notabene pihak paling berpengaruh dalam industri musik populer mengalami guncangan akibat demokratisasi akses yang disebabkan oleh revolusi digital, tak terkecuali di Indonesia. Hal tersebut membuat major label perlu mencari berbagai sumber pemasukan baru sejak bisnis music sales tak lagi dapat diandalkan sebagai tumpuan pendapatan. Grup band Nidji yang masuk pada saat industri musik populer Indonesia tengah limbung rupanya tetap mampu bertahan di saat banyak grup band seusianya lenyap tertelan ganasnya ombak industri. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian studi kasus ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Nidji sanggup mempertahankan diri sebagai grup band yang tetap populer dan produktif pada era keterpurukan industri musik populer Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesediaan Nidji menjadi ujung tombak pemasukan Musica Studio dalam bisnis manajemen artis membuat Nidji tetap dapat produktif dan populer selagi menguntungkan Musica Studio sebagai major label yang menaunginya. Selain itu, Musica Studio sebagai major label juga menerapkan sejumlah strategi guna menciptakan efisiensi produksi karya musik seraya melakukan ekspansi bisnis ke bidang-bidang lain.

<hr>

ABSTRACT

The democratization of access caused by digital revolution shook the status quo of major label as the most influencing and decisive player in the pop music industry, including in Indonesia. It urged major labels to search for new sources of revenue since music sales business was no longer reliable. Music group Nidji, that stepped in at the time of Indonesia 39 s pop music industry was unsteady, apparently are still able to survive until now while other groups their age are drowning. Using qualitative approach, this case study research aims to find out how Nidji could maintain themselves as productive and popular music group in the adversity era of Indonesia pop music industry. The result shows that Nidji rsquo s willingness to be the spearhead of Musica Studio rsquo s revenue in artist management business kept themselves productive and popular while at the same time helped Musica Studio securing their revenue stream. In the other hand, Musica Studio as the major label also applied some strategies to create production efficiency while expanding their business to another sectors.