

Analisis strategi komunikasi pemasaran musisi folk pop jalur indie asal Indonesia (studi pada: Pamungkas dan Adhitia Sofyan) = Analysis of marketing communication strategies for indie folk pop musicians from Indonesia (study on: Pamungkas and Adhitia sofyan)

Ruth Pinorsinta Febriani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20514215&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia memiliki potensi yang besar dalam industri musik. Salah satunya, pada sektor musik independen. Fenomena musik independen menjadi minat baru di tengah masyarakat karena dianggap berbeda dan menimbulkan eksklusivitas seni. Musisi yang memilih untuk berada di jalur independen, dapat menciptakan karya musik sesuai dengan selera yang mereka sukai bahkan menghasilkan berbagai genre dalam lagunya. Salah satu yang disoroti adalah musikalitas independen pada genre folk pop. Adhitia Sofyan dan Pamungkas merupakan dua musisi independen yang mengadopsi genre tersebut ke dalam musiknya. Keduanya, berhasil menyentuh berbagai kalangan dalam pasar musik industri baik lokal maupun global. Kemudahan yang ditawarkan oleh perkembangan digital saat ini menjadi faktor yang sangat mendukung mereka dalam melakukan strategi komunikasi pemasarannya. Hadirnya berbagai platform digital dimanfaatkan sebagai potensi untuk mengimplementasi elemen bauran pemasaran sebagai strategi komunikasi pemasaran yang mereka lakukan. Contohnya, pada berbagai layanan streaming musik seperti Spotify, Joox, Youtube Music, Deezer dan sebagainya yang dijadikan saluran untuk mendistribusikan hasil rilisan musik mereka.

.....Indonesia has great potential in the music industry. One of them is in the independent music sector. The phenomenon of independent music has become a new interest in society because it is considered different and generate exclusivity in art. Musicians who choose to be independent can create music according to their preferences and even produce some genres in their songs. One of the highlight is independent musicality in the folk pop genre. Adhitia Sofyan and Pamungkas are two independent musicians who have adopted this genre into their music. Both of them have successfully approached various circles in the industrial music market in local and global. The convenience offered by digital developments is currently a factor that really supports them in carrying out their marketing communication strategies. The presence of any digital platforms is used as a potential for implementing marketing mix elements as their marketing communication strategy. For example, some music streaming services such as Spotify, Joox, Youtube Music, Deezer and etc. used as channels to distribute their music releases.