

Evaluasi perencanaan, desain dan pelaksanaan strategi promosi perusahaan rekaman : studi kasus strategi promosi Prosound Records pada album Malam Pertama-Rossa dan album NaFF-NaFF

Rizki Taufik Rakhman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=75808&lokasi=lokal>

Abstrak

Latar belakang penelitian ini adalah Prosound Records sebagai salah satu perusahaan rekaman yang hanya bermain di wilayah lokal tidak lagi hanya bersaing dengan perusahaan rekaman lokal saja, namun juga dengan perusahaan rekaman yang bergabung dengan label internasional. Untuk itu dituntut sebuah strategi promosi yang baik dalam perencanaan, desain dan pelaksanaan sehingga album yang dirilis sesuai dengan yang diharapkan.

Penelitian dilakukan dengan metode studi kasus (case study) dengan tipe penelitian 2 yaitu desain kasus single - multi unit analisis. Yang menjadi objek atau kasus adalah album Malam Pertama-Rossa dan album NaFF-NaFF yang keduanya dirilis oleh Prosound Records dalam waktu hampir bersamaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi Prosound Records mulai dari masa sebelum edar (pra rilis), masa edar (rilis) hingga masa sesudah edar (pasca rills) pada album Malam Pertama-Rossa dan abum NaFF-NaFF, dengan mengevaluasi input yaitu menganalisis permasalahan yang dihadapi perusahaan dari data yang diperoleh perusahaan, mengevaluasi perencanaan dan desain straegi promosi, mengevaluasi pelaksanaan strategi promosi dan mengevaluasi sejauh mana tingkat kesesuaian antara perencanaan dan desain dengan pelaksanaan sebuah strategi promosi.

Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai direktur utama, direktur dan manajer promosi yang menjadi sumber informasi utama, sumber data sekunder diambil dari dokumentasi perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan: meskipun ada persaingan dalam bisnis rekaman, namun sebuah perencanaan dan desain dari sebuah strategi promosi sebaiknya sesuai dengan pelaksanaan kegiatan promosinya. Setiap album yang akan dirilis memiliki keunggulan yang berbeda sehingga dalam merencanakan dan mendesain strategi promosinya disesuaikan dengan karakteristik album tersebut.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah: dan informasi yang berhasil dikumpulkan, Prosound Records melakukan perencanaan dan desain dalam strategi promosinya ditiap album yang akan dirilis yang telah disesuaikan dengan karakteristiknya. Namun pada pelaksanaan strategi promosi tersebut tidak selalu sesuai dengan apa yang telah direncanakan dan didesain terlebih dahulu. Hal ini biasanya disebabkan faktor diluar Prosound Records, masyarakat sebagai konsumen masih percaya pada 'the singer not the sow' dimana faktor penyanyi sebagai figur masih sangat berperan, Dalam melakukan kegiatan perecanaan, desain dan pelaksanaan sebuah strategi promosi selain dilakukan secara efektif dan efisien juga diperlukan faktor-faktor lain seperti peka terhadap lingkungan yang dinamis dan inovasi dalam berpromosi.

<hr><i>Evaluation of Planning, Design and Implementation of Promotion Strategic at Recording Company

(Case Study: Promotion Strategic Prosound Records on the Malam Pertama album-Rossa and NaFF album NaFF)The research background is Prosound as one of recording company that the business just in the local area not only gets the competition from the other local recording company but also with the international label. A good promotion strategic in the planning, design and implementation from the album will be released.

The study was carried out by employing case study design as, single case deigns-multiple units of analysis. The cases under study are Malam Petama album by Rossa and NaFF album by NaFF. Both of them released by Prosound Records almost at the same time.

The general research objective is to understand promotion activities of Prosound Records from before release era, release era until after release era by input evaluation which encompasses: problem analysis from data obtained from the company, evaluation of promotion program design and evaluation of its implementation

The data collection was conducted interview with the president director of Prosound Records, Director and Promotion Manager. In addition secondary data was collected.

The research findings indicate despite considerable competition with the other album from the other recoding company, promotion division must have a promotion strategic in the planning, design and its implementation. Because of album is the unique product, the promotion division should have the product well-known.

The research concludes that information obtained from Prosound Records, in the planning, design and implementation from the album will be released, promotion division do the different way depending on characteristic the album and the singer. Effective, efficient and innovative are needed in the promotion.</i>