

Rancangan Kampanye Media Sosial untuk Album Musisi Independen Lokal "Gusti Irwan Wibowo" = Social Media Campaign Plan for Local Independent Musician's Album "Gusti Irwan Wibowo"

Jessica Sabar Bungauli S., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920537475&lokasi=lokal>

Abstrak

Karya-karya musisi independen di Indonesia kini bersinar dan dinikmati masyarakat. Semakin banyak musisi-musisi lokal yang memilih menjalani karirnya secara mandiri tanpa bantuan major label. Salah satu kendala yang ditemukan oleh musisi independen lokal di industri musik adalah mempertahankan karyanya dalam jangka panjang dengan keterbatasan dalam aspek finansial dan SDM. Tugas karya akhir ini bertujuan untuk membuat rancangan kampanye media sosial untuk Gusti Irwan Wibowo, musisi independen asal Bekasi, dalam merilis album perdananya. Kampanye dirancang secara khusus untuk dapat memperpanjang umur (longevity) album "Komedi Putar Kehidupan". Tujuan ini dituju dengan membangun hubungan intim dengan audiens melalui peningkatan interaksi di media sosial dan mengajak mereka untuk terus mendengarkan album "Komedi Putar Kehidupan" secara lengkap di Spotify. Program-program dirancang mengacu pada teori "music life cycle" milik Han (2020). Strategi yang digunakan dalam rancangan kampanye ini adalah "content marketing" dan "live streaming"

.....The works of independent musicians in Indonesia are now shining and being enjoyed by the public. More and more local musicians are choosing to pursue their careers independently without the help of major labels. One of the obstacles encountered by local independent musicians in the music industry is maintaining the life of their work in the long term while facing difficulties in financial and human resource aspects. This final project aims to create a social media campaign plan for Gusti Irwan Wibowo, an independent musician from Bekasi, in releasing his debut album. The campaign was specifically designed to extend the longevity of his debut album "Komedi Putar Kehidupan". This goal is pursued by building an intimate relationship with the audience through increasing interaction on social media and inviting them to continue listening to the full-version of the album on Spotify. The programs are designed referring to Han's (2020) "music life cycle" theory. The strategies used in this campaign plan are "content marketing" and "live streaming".