

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BAND *INDIE*
“MATTED TAPES” DALAM MEMPROMOSIKAN KARYA MUSIK
MELALUI INSTAGRAM @BILLBOARD_INA

ABSTRAK

Tahun 2019 merupakan tahun dimana para musisi di Indonesia kembali menorehkan cerita yang berkesan bagi para pecinta musik di tanah air. Perkembangan musik Indonesia dan strategi komunikasi pemasaran terpadu tidak terlepas dari pesatnya perkembangan teknologi yang masuk ke Indonesia dalam jumlah besar sehingga peneliti tertarik untuk merumuskan masalah terkait bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh band indie Mattes Tapes dalam memasarkan karya musik mereka. Billboard Indonesia yang memberikan ruang bagi musisi – musisi indie untuk mempromosikan karya mereka menjadi fokus pada penelitian ini. Berdasarkan rumusannya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa strategi komunikasi pemasaran dari kegiatan promosi melalui media instagram @billboard_ina agar para pelaku di industri musik dapat memiliki pilihan media untuk mempromosikan hasil karya mereka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara secara mendalam sebagai Teknik pengumpulan datanya dan model Miles and Huberman yang digunakan sebagai teknik analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran band indie Matted Tapes difokuskan kepada salah satu jenis strateginya yaitu social media marketing. Matted Tapes hanya menggunakan 1 media sosial untuk melakukan kegiatan promosi. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa kelebihan dari strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Matted Tapes adalah dengan memanfaatkan media sebagai target market yang pada hal ini berfokus kepada anak-anak muda. Kekurangan dari strategi komunikasi pemasaran Matted Tapes itu sendiri adalah pemilihan media sosial yang tidak banyak membuat jangkauan dari kegiatan promosi dan postingan konten – konten terbaru di @billboard_ina yang membuat konten terkait Matted Tapes menjadi tertimbun.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Band Indie, Matted Tapes, Instagram

**ANALYSIS OF INDIE BAND'S MARKETING COMMUNICATION STRATEGY
"MATTED TAPES" IN PROMOTING MUSIC WORKS THROUGH
INSTAGRAM @BILLBOARD_INA**

ABSTRACT

2019 is the year that musicians in Indonesia have written memorable stories for music lovers in the country. The development of Indonesian music and integrated marketing communication strategies is inseparable from the rapid development of technology that has entered Indonesia in large numbers. Hence, researchers are interested in formulating problems related to the marketing communication strategy of the indie band Matted Tapes marketing their music. Billboard Indonesia, which provides space for indie musicians to promote their work, is the focus of this research. Based on its formulation, this study aims to determine the marketing communication strategy for promotional activities through the Instagram @billboard_ina media so that actors in the music industry can choose media to promote their work. This study uses a qualitative method with in-depth interviews as a data collection technique, and the Miles and Huberman model is used as a data analysis technique. The results of this study indicate that the marketing communication strategy of the indie band Matted Tapes is focused on one type of strategy, namely social media marketing. Matted Tapes only uses one social media to carry out promotional activities. Based on the results of this study, the advantage of the marketing communication strategy carried out by Matted Tapes is to utilize the media as a target market which in this case focuses on young people. The drawback of the Matted Tapes marketing communication strategy is the selection of social media that only makes a little outreach from promotional activities and posting content - the latest content on @billboard_ina, which makes content related to Matted Tapes buried.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Indie Band, Matted Tapes, Instagram.*