

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran *Disaster Records* Sebagai *Indie Label* Dalam Industri Musik *Anti Mainstream*”. Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan lebih dalam lagi mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Disaster Records* sebagai *indie label* dalam industri musik *anti mainstream*, peneliti memfokuskan penelitian sesuai dengan teori *Integrated Marketing Communication (IMC)* oleh Philip Kotler, yaitu *Advertising, Sales Promotion, Public Relation and Publicity, Personal Selling* dan *Direct Marketing*. Metode Penelitian yang digunakan yaitu Kualitatif dengan Studi Deskriptif, data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi non partisipan, studi pustaka, internet *searching* dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data dengan mengumpulkan data, mereduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Disaster Records* melakukan strategi komunikasi pemasaran dengan melakukan kegiatan *Advertising* melalui media sosial terutama Instagram. Dalam kegiatan *Sales Promotion*, *Disaster Records* melakukannya dengan cara memberikan promo dan bonus-bonus di *event* yang dibuat dan membuat *bundle pack* untuk penjualan produk. Dalam kegiatan *Public Relation and Publicity*, *Disaster Records* melakukan dengan cara membuat *event* dan mengirim *press release* kepada media-media musik nasional dan internasional. Dalam segi *Personal Selling*, pihak *Disaster Records* menawarkan langsung sebuah produk di *event* pribadi atau *event* lain yang mereka ikuti, selain itu dibantu promosi oleh teman-teman yang bekerja di *Disaster Records*. *Direct Marketing* dilakukan dengan cara menyebar produk di *Maternal Disaster* dan membuat katalog untuk ditawarkan kepada *reseller* dan *record label* lainnya.

Kesimpulan dari penelitian ini, *Disaster Records* berhasil mengaplikasikan 5 komponen *Integrated Marketing Communication (IMC)* di dalam proses pemasaran yang dilakukan. Sebagai sebuah *indie label*, *Disaster Records* tetap melakukan kegiatan pemasaran dengan terukur agar tujuan mereka dapat tercapai. Saran untuk *Disaster Records* adalah mereka seharusnya dapat membuat acara yang lebih besar dan megah, juga dapat memaksimalkan kinerja *website* sebagai media utama dalam mengiklankan, menjual dan melakukan komunikasi langsung dengan konsumen.

Kata Kunci : *Indie Label, Disaster Record, IMC, Maternal Disaster, Record Label*

## **ABSTRACT**

*This research is entitled "Marketing Communication Strategy of Disaster Records as an Indie Label in Anti Mainstream Music Industry". The purpose of this research is to find out and explain more deeply about the marketing communication strategy undertaken by Disaster Records as an indie label in the anti-mainstream music industry, researchers focus on research in accordance with the theory of Integrated Marketing Communication (IMC) by Philip Kotler, those are Advertising, Sales Promotion, Public Relations and Publicity, Personal Selling and Direct Marketing. The research method used is qualitative with descriptive study, research data obtained through in-depth interviews, non-participant observation, literature study, internet searching and documentation. The techniques of data analysis are collected the data, reduced the data, presented the data and drew the conclusion.*

*The results showed that Disaster Records conducted a marketing communication strategy by Advertising through social media, especially Instagram. In Sales Promotion activities, Disaster Records does it by providing promos and bonuses at events created and making bundle packs for product sales. In Public Relations and Publicity activities, Disaster Records conducts events by creating events and sending press releases to national and international music media. In terms of Personal Selling, Disaster Records offers directly a product at a private event or other event that they take part in, besides it is assisted by promotions by friends who work at Disaster Records. Direct Marketing is done by spreading products on Maternal Disaster and making catalogs to be offered to resellers and other record labels.*

*The conclusion of this research, Disaster Records successfully applied 5 components of Integrated Marketing Communication (IMC) in the marketing process. As an indie label, Disaster Records continues to carry out measurable marketing activities so that their goals can be achieved. The suggestion for Disaster Records is that they should be able to make bigger and more grand events and also maximize website performance as the main media in advertising, selling and communicating directly with consumers.*

*Key words : Indie Label, Disaster Record, IMC, Maternal Disaster, Record Label*

## **RINGKESAN**

*Panaliti ieu judulna "Strategi Komunikasi Marketing Rekor Bencana salaku Indie Label dina Industri Musik anti Mainstream". Tujuan panalungtikan ieu pikeun mendakan sareng ngajelaskeun langkung jero ngeunaan strategi komunikasi marketing anu dilakukeun ku Disaster Records salaku label indie dina industri musik anti-mainstream, panaliti fokus kana panalungtikan anu saluyu sareng téori Integrated Marketing Communication (IMC) ku Philip Kotler, nyaéta Iklan, Promosi Penjualan, Hubungan Masarakat sareng Publisitas, Ngajual Pribadi sareng pamasaran langsung. Méthode panaliti anu digunakeun sacara kualitatif kalayan studi déskriptif, data panalungtikan anu diala ngaliwatan wawancara anu jero, pangamatan non-partisipasi, kajian literatur, panéangan internét sareng dokuméntasi. Téhnik analisis data ku cara ngumpulkeun data, ngirangan data, ngajéntrékeun data sareng nyimpulkeun gambar.*

*Hasilna nunjukkeun yén Disaster Records ngalaksanakeun strategi komunikasi pamasaran ku Iklan ngaliwatan média sosial, khususna Instagram. Dina kagiatan Promosi Penjualan, Disaster Records nétélakeun nganggo masihan promos sareng bonus dina acara anu dilakukeun sareng ngadamel bungkus bungkus pikeun penjualan produk. Dina kagiatan Hubungan Masarakat sareng Publisitas, Disaster Records ngalaksanakeun kajadian ku nyieun kajadian sareng ngirim siaran pers ka média musik nasional sareng internasional. Dina hal Ngajual pribadi, Disaster Records nawiskeun langsung produk dina acara pribadi atanapi acara anu sanésna aranjeunna milu, kajantenan dibantuan ku promosi ku babaturan anu damel di Disaster Records. Pamasaran langsung dilakukeun ku nyebarkeun produk di Maternal Disaster sareng ngadamel katalog kanggo disayogikeun ka anu ngajual deui sareng label rekaman anu sanés.*

*Kacindekan tina ieu panalungtikan, Disaster Records hasil ngalarapkeun 5 komponén tina Komunikasi Marketing Terpadu (IMC) dina prosés pamasaran. Minangka label indie, Disaster Records terus ngalaksanakeun kagiatan pamasaran anu tiasa diukur ku kituna tujuanna tiasa dihontal. Saran pikeun Disaster Records nyaéta aranjeunna kedah tiasa ngajantenkeun kagiatan anu langkung ageung sareng sareng ningkatkeun maksimalkeun kinerja situs web salaku média utama dina iklan, ngajual sareng komunikasi langsung sareng konsumen.*

*Kata Kunci : Indie Label, Disaster Record, IMC, Maternal Disaster, Record Label*