

ABSTRAK

Penelitian ini memfokuskan pada musik ber-*genre Hardcore* dan strategi pemasarannya, penelitian ini dilakukan dengan cara study kasus pada salah satu grup band ber-*genre Hardcore* di Bandung yaitu Lose It All. Dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif mengkaji secara mendalam terkait musik *Hardcore* agar bisa tetap eksis di kalangan masyarakat dan strategi pemasaran album Contentious oleh band Lose It All. Data diperoleh melalui wawancara dan studi literature. Adapun hasilnya menunjukkan bahwa musik *hardcore* adalah musik keras, bertempo cepat, dan vokal yang menggunakan teknik *scream (growl)*. Pada album Contentious ini ada satu lagu yang diluar karakter genre *hardcore*, namun Lose It All tetap memasarkan album ini dengan beberapa cara yaitu dengan cara online (memanfaatkan media-media online seperti *instagram* dan *youtube*) dan dengan cara offline (menjual CD di distro-distro di bandung) serta *packaging* penjualan album menggunakan cara paket yang di dalamnya terdapat CD, merchandise, bandana, dll. Secara signifikan hasil penelitian ini memberikan hasil positif dan bisa menjadi rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.

Kata Kunci: Musik Hardcore, Strategi Pemasaran, Album