

## ABSTRAK

Skripsi ini mengkaji strategi bisnis VI *High Label Record* dalam menghadapi industri iklan komersial. Penelitian melibatkan analisis SWOT, IFAS, EFAS, dan matriks IE untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perusahaan. Hasil analisis menunjukkan kekuatan utama VI *High Label Record* adalah "Penggunaan musik secara komersial," dengan kelemahan pada "Tidak memiliki pasar *offline* fisik." Peluang terbesar adalah "Pertumbuhan industri musik digital," dengan ancaman terkait "Perubahan tren musik." Hasil analisis IFAS dan EFAS mengindikasikan kekuatan perusahaan melebihi kelemahan ( $3.0 > 1.4$ ) dan peluang lebih besar daripada ancaman ( $2.5 > 1.0$ ). VI *High Label Record* berada di sel II matriks IE, menunjukkan strategi "*Grow*" dan "*Build*." Rekomendasi termasuk peningkatan pemasaran produk, ekspansi internasional, pengembangan infrastruktur rekaman, kolaborasi dengan *influencer* dan media sosial, serta integrasi ke belakang dan ke depan. Penelitian ini membantu label rekaman menetapkan strategi menghadapi tantangan iklan komersial dan mempertahankan posisi mereka. Hasil penelitian memberikan panduan praktis bagi VI *High Label Record* dan kontribusi pada pemahaman industri musik tentang tantangan label rekaman.

**Kata Kunci:** Iklan komersial, Analisis SWOT, IFAS & EFAS, Matriks IE