

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri iklan komersial adalah salah satu industri dengan pertumbuhan tercepat di era digital saat ini. Perkembangan ini memicu meningkatnya persaingan antar perusahaan industri untuk menghasilkan produk iklan yang lebih kreatif, inovatif, dan efektif dalam menarik minat konsumen. Perubahan industri iklan tidak hanya berdampak pada sektor iklan itu sendiri, tetapi juga menciptakan perubahan yang signifikan dalam industri musik. Seiring dengan kemajuan teknologi dan digitalisasi, industri musik telah mengalami transformasi yang luar biasa. Salah satu perubahan utama adalah peningkatan peran iklan komersial dalam mempromosikan karya musik.

Dalam upaya mempromosikan karya musik iklan komersial, sebagai sektor ekonomi yang berhubungan dengan pembuatan, penempatan, dan pengelolaan iklan, memiliki tujuan utama yaitu adalah mempromosikan produk, layanan, merek, atau organisasi untuk mencapai berbagai tujuan pemasaran. Hal ini melibatkan berbagai pihak, seperti perusahaan iklan, agensi pemasaran, klien atau pengiklan, media, dan konsumen. Dalam menjalankan kegiatan industri iklan, terdapat banyak aspek yang perlu diperhatikan. Perencanaan strategi pemasaran yang matang, kreativitas dalam menciptakan pesan iklan yang menarik, penelitian konsumen yang mendalam, pembelian media yang tepat, serta pelaksanaan kampanye iklan yang efektif, semuanya menjadi bagian penting dalam mencapai tujuan pemasaran.

Tujuan pemasaran tentu saja menjadi salah satu sarana yang efektif untuk mempengaruhi perilaku konsumen, meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong penjualan produk atau layanan. Dalam era digital saat ini, iklan dapat dilakukan melalui berbagai media seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, papan reklame, iklan Online, media sosial, dan platform digital lainnya. Perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen merupakan faktor-faktor yang mendorong perubahan dalam industri iklan komersial. Dengan kemajuan teknologi digital, industri iklan telah mengadopsi metode baru, seperti *programmatic advertising*, penggunaan data konsumen, *targeting* yang lebih

spesifik, dan pengukuran yang lebih akurat. Selain itu, media sosial dan *platform digital* juga mempengaruhi evolusi iklan komersial, dengan adanya model iklan berbasis konten dan pengaruh (*influencer marketing*).

Namun, industri iklan juga dihadapkan pada berbagai tantangan. seperti Perubahan dalam kebiasaan konsumen, perubahan regulasi iklan, serta meningkatnya persaingan di pasar, semuanya menjadi faktor yang perlu diperhatikan. selain itu Industri iklan telah mengalami perkembangan yang signifikan seiring dengan kemajuan teknologi, ada beberapa perkembangan teknologi yang berpengaruh dalam industri iklan komersial seperti Perkembangan Internet telah mengubah cara iklan komersial dilakukan. Kemunculan internet memberikan platform baru bagi perusahaan untuk memasarkan produk dan layanan mereka secara global. Iklan digital, seperti iklan *banner*, iklan video, dan iklan *pop-up*, dapat ditayangkan di situs web, media sosial, dan perangkat Mobile agar mencapai *audiens* yang lebih luas.

Meningkatnya penggunaan perangkat seluler seperti *smartphone* dan tablet telah mengubah cara penyampaian iklan komersial. Iklan yang dioptimalkan untuk tampilan Mobile dan aplikasi seluler memungkinkan perusahaan mencapai konsumen di mana pun mereka berada. Teknologi *location-based advertising* juga memungkinkan iklan yang disesuaikan dengan lokasi pengguna, meningkatkan relevansi dan dampaknya. Oleh karena itu, perusahaan iklan dan klien harus terus berinovasi dan mengikuti tren baru dalam mempromosikan produk dan layanan mereka agar tetap relevan dan efektif.

Untuk itu, diperlukan Strategi bisnis agar dapat menghadapi tantangan industri iklan komersial yang semakin ketat. Proses bisnis meliputi tahap produksi, distribusi, dan evaluasi musik iklan komersial. Selama proses bisnis tersebut, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas iklan komersial, seperti kreativitas, waktu produksi, biaya produksi, dan efektivitas iklan, Sebagaimana diungkapkan oleh Geert Hofstede, "Perusahaan-perusahaan yang menguasai pengelolaan proses bisnis dapat mengambil keuntungan dari pengurangan biaya, peningkatan kualitas, peningkatan daya saing, peningkatan kepuasan pelanggan, dan peningkatan keamanan." Oleh karena itu, strategi bisnis sangat penting bagi

perusahaan yang ingin bertahan dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif seperti industri periklanan komersial.

Selain iklan komersial, perubahan teknologi dan juga Strategi bisnis, peran label rekaman dalam menghadapi industri iklan komersial sangat penting dalam mempromosikan musik dan mencapai pendapatan yang signifikan. Label rekaman memiliki tanggung jawab untuk memproduksi dan mempromosikan musik dari artis yang mereka wakili. Mereka bekerja sama dengan artis untuk merekam lagu, menghasilkan album, dan mengoptimalkan kualitas produksi. Selain itu, label rekaman juga mengembangkan strategi promosi yang efektif untuk meluncurkan dan memasarkan musik kepada *audiens* yang luas. Label rekaman juga berperan dalam mengidentifikasi kesempatan iklan komersial yang dapat mempromosikan musik mereka.

Label rekaman menjalin hubungan dengan perusahaan dan agensi iklan untuk mengeksplorasi peluang iklan, seperti penempatan lagu di iklan televisi, film, atau kampanye iklan digital. Label rekaman juga mengelola negosiasi dan kesepakatan iklan untuk memastikan nilai yang maksimal bagi artis dan label. Dalam era digital, label rekaman juga memainkan peran penting dalam pemasaran dan penempatan musik melalui *platform streaming* musik seperti Spotify, Apple Music, dan platform *streaming* musik lainnya. Mereka bekerja sama dengan platform ini untuk mempromosikan lagu dan album artis mereka, mengoptimalkan penempatan lagu di daftar putar populer, dan memastikan visibilitas yang lebih baik bagi musik mereka di lingkungan digital.

Selain itu, label rekaman juga menjalin kemitraan dengan *influencer* dan pembuat konten di media sosial untuk memperluas jangkauan dan *audiens* musik mereka. Mereka bekerja sama dengan *influencer* yang memiliki basis pengikut yang kuat dan relevan dengan genre musik yang mereka promosikan. Hal ini membantu memperkenalkan musik kepada *audiens* yang mungkin belum mengenalnya sebelumnya. Terakhir, label rekaman terlibat dalam pengukuran kinerja iklan yang dilakukan. Mereka melacak dan menganalisis metrik iklan, seperti jumlah tayangan, klik, interaksi, dan konversi. Melalui analisis data ini, mereka dapat mengevaluasi keberhasilan kampanye iklan dan mengoptimalkan strategi iklan di masa mendatang.

Untuk menjelaskan pentingnya penelitian ini dalam konteks industri iklan komersial yang semakin berkembang dan kompleks. Organisasi yang diteliti adalah perusahaan *VI High Label* yang bergerak di bidang rekaman musik dan distribusi. *VI High Label Record* adalah salah satu label rekaman yang berperan penting dalam menyediakan musik untuk promosi komersial. Dalam hal ini, *VI High Label Record* dapat berperan sebagai penyedia musik dan juga sebagai konsultan dalam memilih musik yang tepat untuk iklan. *VI High Label Record* memiliki katalog musik yang luas dan beragam, sehingga dapat memenuhi kebutuhan musik untuk berbagai jenis iklan. Selain itu, *VI High Label Record* juga dapat membantu dalam menghasilkan musik khusus yang sesuai dengan tema iklan komersial, sehingga dapat meningkatkan kreativitas dan keunikan dari iklan tersebut.

Dari pembahasan di atas menunjukkan bahwa *VI High Label* menghadapi beberapa masalah dalam mengelola proses bisnisnya, seperti proses produksi musik yang lambat, kurangnya pengelolaan dan analisis data pelanggan, dan kurangnya penggunaan teknologi terbaru untuk meningkatkan efisiensi proses bisnis. Jika masalah ini tidak diselesaikan, perusahaan *VI High Label* mungkin akan kehilangan pangsa pasar dan kesempatan untuk tumbuh di industri iklan komersial yang semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan solusi pemecahan masalah yang sesuai dengan teori ilmiah yang relevan dan terbaru. Batasan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah fokus pada proses bisnis *Label Record* yang terkait dengan produksi musik dan distribusi, serta pengelolaan dan analisis data pelanggan, pemasaran dan promosi.

Oleh karena itu, skripsi ini akan membahas tentang bagaimana Strategi bisnis *label record* dapat meningkatkan kualitas musik iklan komersial dan menghadapi tantangan industri iklan komersial. Skripsi ini akan mengkaji beberapa metode dan strategi dalam mengoptimalkan proses bisnis *label record*, seperti penggunaan teknologi informasi, dan pengelolaan risiko bisnis. Dengan demikian, diharapkan skripsi ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan industri iklan komersial dan memperkuat posisi *label record* di pasar. Solusi yang tepat adalah dengan menerapkan Strategi bisnis menggunakan teknologi terbaru dan melakukan analisis data pelanggan secara teratur.

Dalam judul skripsi ini, solusi ini ditegaskan sebagai "Penentuan Strategi Bisnis VI *High Label Record* Menggunakan Metode IFAS EFAS".

## 1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dari judul skripsi "Penentuan Strategi Bisnis VI *High Label Record* Menggunakan Metode IFAS EFAS" dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a) Apa saja faktor-faktor yang menjadi bagian kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sesuai keadaan VI *high label record*?
- b) Menentukan pada posisi apa Kuadran sel VI *High label record* berdasarkan matriks IE?
- c) Menciptakan strategi yang dapat digunakan oleh VI *High Label Record* untuk mengoptimalkan proses bisnis berdasarkan matriks IFAS EFAS?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencapai pemahaman yang lebih baik dan mendalam tentang "Penentuan Strategi Bisnis VI *High Label Record* Menggunakan Metode IFAS EFAS" adalah sebagai berikut:

- a) Menganalisis tantangan yang dihadapi oleh label rekaman VI *High Label Record* dalam menghadapi industri iklan komersial.
- b) Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi posisi sel VI *high label* pada matriks IE
- c) Mengeksplorasi strategi dan metode yang dapat digunakan oleh VI *High Label Record* dalam mengoptimalkan proses bisnis dan meningkatkan efektivitas.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang tantangan yang dihadapi oleh label rekaman dalam industri iklan komersial dan mengidentifikasi strategi yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan proses bisnis serta meningkatkan keberhasilan kampanye iklan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan industri musik dan membantu VI *High Label Record* dalam menghadapi tantangan yang ada.

#### 1.4 Pembatasan Masalah

Batasan masalah dalam skripsi ini mengacu pada lingkup penelitian yang telah ditentukan, "Penentuan Strategi Bisnis VI High Label Record Menggunakan Metode IFAS EFAS" dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Penelitian ini akan difokuskan pada *VI High Label Record* sebagai studi kasus untuk menganalisis proses bisnis mereka dalam menghadapi tantangan industri iklan komersial. Penelitian ini tidak akan melibatkan label rekaman lain sebagai objek penelitian.
- b. Tantangan yang akan diteliti meliputi perubahan tren dan perilaku konsumen, persaingan di industri iklan komersial, dan perubahan teknologi yang mempengaruhi pemasaran musik melalui iklan.
- c. Analisis data akan dilakukan dengan menggunakan data internal *VI High Label Record* yang berkaitan dengan kampanye iklan mereka, data pemasaran, dan data kinerja kampanye sebelumnya.
- d. Penelitian ini akan berfokus pada metode pengoptimalan proses bisnis dan strategi iklan yang dapat dilakukan oleh *VI High Label Record* untuk meningkatkan efektivitas kampanye mereka. Aspek lain seperti pengaruh faktor eksternal atau regulasi industri tidak akan menjadi fokus penelitian ini.
- e. Penelitian ini tidak akan membahas masalah-masalah yang terkait dengan aspek finansial seperti manajemen keuangan, perencanaan anggaran, dan penetapan harga produk dan layanan.
- f. Penelitian ini akan difokuskan pada pengembangan dan penerapan solusi-solusi berbasis teknologi yang efektif dan efisien dalam meningkatkan efisiensi proses bisnis *Label Record*.

Dengan batasan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini akan memberikan analisis mendalam tentang Strategi bisnis label rekaman *VI High Label Record* dalam menghadapi tantangan industri iklan komersial.

## **1.5 kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian "Penentuan Strategi Bisnis VI High Label Record Menggunakan Metode IFAS EFAS" adalah sebagai berikut:

### **1.5.1 Kontribusi Pada Industri Musik**

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi industri musik dalam memahami tantangan yang dihadapi oleh label rekaman dalam menghadapi industri iklan komersial. Hasil penelitian dapat memberikan wawasan tentang strategi dan metode yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan proses bisnis dan meningkatkan efektivitas kampanye iklan.

### **1.5.2 Panduan bagi label rekaman**

Hasil penelitian dapat menjadi panduan bagi label rekaman, khususnya VI High Label Record, dalam menghadapi tantangan industri iklan komersial. Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi dan saran praktis untuk mengoptimalkan proses bisnis, memanfaatkan tren industri, dan meningkatkan efektivitas kampanye iklan mereka.

### **1.5.3 Pengembangan strategi pemasaran musik**

Penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan strategi pemasaran musik di era digital dan industri iklan komersial. Hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan kampanye iklan dalam industri musik dan membantu dalam mengidentifikasi strategi yang efektif.

### **1.5.4 Kontribusi akademik**

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengetahuan akademik dalam bidang manajemen bisnis, pemasaran, dan industri musik. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi dalam studi lebih lanjut dan penelitian terkait serta dapat memberikan sumbangan pada perkembangan teori dan praktik dalam bidang tersebut. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kegunaan dalam memberikan wawasan, panduan, dan kontribusi baik bagi industri musik maupun dalam ranah akademik.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Sistematika penulisan skripsi "Penentuan Strategi Bisnis VI High Label Record Menggunakan Metode IFAS EFAS" dapat mengikuti struktur umum yang biasa digunakan dalam penulisan skripsi. Berikut adalah sistematika penulisan yang dapat diadopsi

### **Bab I : Pendahuluan**

Bab ini memberikan informasi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah dan tujuan penelitian, kegunaan dan sistematika penulisan, pada objek yang diteliti yaitu *VI High Label record*

### **Bab II : Landasan Teori**

Pada bab ini terdiri dari Landasan Teori berisi hasil kegiatan peneliti setelah mendalami konsep, teori, masalah atau model penelitian yang berasal dari studi literatur dari berbagai sumber belajar diawali dengan *grand* teori dan diakhiri dengan teori penerapannya pada masalah.

### **Bab III : Metodologi Penelitian**

Metodologi Penelitian adalah pendekatan sistematis yang digunakan untuk merencanakan dan melaksanakan penelitian. Metodologi penelitian mencakup langkah-langkah yang akan diambil, teknik pengumpulan data, alat yang digunakan dan analisis data yang akan dilakukan. Tujuannya adalah untuk memastikan validitas, reliabilitas, dan keobjektifan hasil penelitian yang akan diperoleh.

### **Bab IV : Pengumpulan Dan Pengolahan Data**

Pengumpulan dan Pengolahan Data adalah tahap dalam penelitian yang melibatkan pengumpulan data yang relevan dengan tujuan penelitian menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai. Setelah data terkumpul, data diolah dan dianalisis menurut metode tertentu untuk menghasilkan informasi yang dapat digunakan dalam menjawab pertanyaan penelitian.



## **Bab V : Hasil Dan Pembahasan**

Pada bab ini jawaban terhadap pertanyaan penelitian dan menyajikan fakta dan temuan yang relevan, sedangkan pembahasan berfungsi untuk menginterpretasikan hasil, menghubungkannya dengan teori yang ada, dan menjelaskan implikasi temuan tersebut.

## **Bab VI : Kesimpulan Dan Saran**

Pada bab ini berisi kesimpulan dan usulan saran, kesimpulan adalah bagian terakhir dari penelitian yang menguraikan hasil utama, jawaban atas pertanyaan penelitian, dan kesimpulan dari analisis data.