

ABSTRAK

Perkembangan strategi komunikasi pemasaran dan bauran pemasaran dimulai sejak berkembang pesat era digital di Indonesia. Dengan munculnya iTunes yang menjadi tanda hingga jasa media streaming seperti Spotify, Resso, Joox, dll. Rumusan masalah dalam penelitian ini yang peneliti angkat akan peneliti analisa strategi komunikasi yang digunakan oleh perusahaan musik Musmob *Mobile Store* dalam meningkatkan penjualan rilisan fisik musisi independen di era digital seperti sekarang ini.

Penelitian ini juga menggunakan metode studi kasus kualitatif, teknik pengumpulan data pada kualitatif dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data pada penelitian kualitatif lebih difokuskan pada pengumpulan data, penyempurnaan data, pengolahan data, analisis data, proses analisis data, dan simpulan hasil penelitian.

Hasil dari penelitian ini yaitu, dari strategi Musmob dalam meningkatkan penjualan rilisan fisik musisi indie memiliki beberapa program untuk menyebar luaskan karya dari para musisi indie tersebut. Menggunakan media online dengan bauran promosi menyebarluaskan karya dari musisi indie melalui media musik online, dan katalog media sosial. Musmob pun menggunakan bauran promosi offline dalam menjual rilisan fisik menggunakan mini bus, mengadakan gigs yang diadakan oleh Musmob maupun musisinya sendiri.

Kata kunci: Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Strategi Komunikasi Pemasaran,

ABSTRACT

The development of marketing communication strategies and marketing mix began with the rapid development of the digital era in Indonesia. With the emergence of iTunes which is a sign to streaming media services such as Spotify, Resso, Joox, etc. The formulation of the problem in this study that the researcher raised would be to analyze the communication strategy used by the music company Musmob Mobile Store in increasing sales of independent musicians' physical releases in today's digital era.

This research also uses a qualitative case study method, qualitative data collection techniques by means of observation, interviews, and documentation. Data analysis in qualitative research is more focused on data collection, data refinement, data processing, data analysis, data analysis processes, and conclusions of research results.

The results of this study are, from Musmob's strategy in increasing sales of physical releases, indie musicians have several programs to disseminate the works of these indie musicians. Using online media with a promotional mix to disseminate the works of indie musicians through online music media, and social media catalogs. Musmob also uses an offline promotional mix to sell physical releases using mini buses, holding gigs held by Musmob and the musicians themselves.

Keywords: Communication, Marketing Communication, Marketing Communication Strategy