

Branding produk musik melalui social media : studi kasus produk musik Raisa = Branding music product through social media : case study Raisa music product

Mega Ratna Juwita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20348773&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini ditujukan untuk melihat bagaimana proses membangun brand pada produk musik yang digemari oleh komunitas melalui social media. Produk yang dipilih adalah produk musik yang menggunakan social media sebagai media utama dalam proses membangun brand sedangkan social media yang dipilih merupakan social media yang saat ini sedang populer. Selain untuk mengetahui proses membangun brand, penelitian ini juga bertujuan untuk melihat peran social media dan komunitas dalam membangun brand produk musik.

Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa proses membangun brand pada produk musik yang digemari oleh komunitas melalui social media sebagai media utama dapat berhasil apabila segmentasi dari produk tersebut sesuai dengan segmentasi pengguna social media. Dalam proses membangun brand diperlukan strategi dalam penggunaan social media dan strategi dalam berkomunikasi dengan komunitas.

.....The research is aimed to see the process of brand building on music product, which appreciated by its community through social media. The product that has been chosen is a music product that used currently popular social media as its main media in the process of brand building. In alignment to see the brand building process, this research is aim to see the role of social media and community on building music products brand.

The result of this research is clearly visible that the process of building music product that appreciated by society through social media would be successful when the segment of the product works accordingly with the segment of the social media users. A strategy on how to use the social media and a strategy on how to communicate with the community are needed on the brand building process.