

Studi kualitatif manajemen pemasaran jasa grup musik Project Pop = Qualitative study of service marketing management by musical group Project Pop

Abiella Andrea Nunia Aditiara Putrini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20466022&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang manajemen pemasaran dalam industri musik Indonesia, dalam hal ini adalah grup musik Project Pop. Dalam manajemen pemasaran terdapat segmentation, targeting, dan positioning, serta bauran pemasaran yang terdiri dari tujuh faktor atau 7P. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain content analysis, disertai dengan in depth interview yang dilakukan pada enam informan. Hasil penelitian menyatakan bahwa Project Pop memiliki segmen yang luas dan sedang menyoar target segmen yang baru. Project Pop juga telah mempraktekan bauran pemasaran 7P dalam kegiatan produksinya, baik itu berbentuk lagu maupun penampilan panggung, walaupun mereka masih harus melakukan usaha lebih jika ingin berhasil.

ABSTRACT

This research discusses about the marketing management in Indonesian music industry, especially in musical group Project Pop. In marketing management, there are segmentation, targeting, and positioning, as well as marketing mix that contains seven factors called the 7P. The research design is qualitative content analysis with in depth interview with six informants to complement. This research shows that Project Pop has a wide segmentation and is planning to target a new younger segment. Project Pop has practiced 7P of marketing mix in their song or performance production, although they still need to work on some elements in order to succeed.