

Penggunaan user generated content untuk strategi pemasaran musik di Media Sosial (contoh kasus .Feast ? Luar Jaringan dan Rich Brian ? Love in My Pocket) = Use of user generated content for music marketing strategies in social media (case study .Feast - Luar Jaringan and Rich Brian - Love in My Pocket)

Chandra Dwi Abdurrahman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20511337&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Industri musik dalam beberapa tahun kebelakang ini sudah semakin berkembang dari segi kualitas dan kuantitas. Kemajuan ini tak lepas dari dukungan teknologi yang semakin canggih dan mudah di jangkau masyarakat, salah satunya adalah adanya internet dan media sosial untuk pemasaran musik. Internet dan media sosial cukup kental dengan budaya partisipatif sehingga muncul apa yang disebut *User Generated Content* (UGC). UGC dapat digunakan sebagai strategi untuk mempromosikan sebuah lagu. Masyarakat dapat menjadi medium untuk mempromosikan lagu itu sendiri dengan konten-konten yang mereka ciptakan melalui sosial media. Beberapa musisi yang menggunakan strategi ini yaitu .Feast dalam lagu Luar Jaringan dan Rich Brian dalam lagu Love In My Pocket. .Feast dan Rich Brian menggunakan strategi UGC untuk mempromosikan lagu mereka dengan memanfaatkan partisipasi masyarakat dalam membuat konten di media sosial mereka. Penelitian ini akan membahas bagaimana UGC dapat menjadi salah satu strategi pemasaran dalam sebuah promosi musik melalui media sosial. Melakukan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode *desk research*, penelitian ini akan membahas bagaimana UGC dapat menjadi salah satu strategi pemasaran dalam sebuah promosi lagu Luar Jaringan milik .Feast dan Love In My Pocket milik Rich Brian melalui media sosial.

ABSTRACT

The music industry in the past few years has grown in terms of quality and quantity. This progress is inseparable from the support of increasingly sophisticated and accessible technology, one of which is the internet and social media for music marketing. The internet and social media are quite thick with a participatory culture so that what is called *User Generated Content* (UGC) has emerged. UGC can be used as a strategy to promote a song. The community can be a medium to promote the song itself with the content they create through social media. Some musicians who use this strategy are .Feast on the song Luar Jaringan and Rich Brian on the song Love In My Pocket. .Feast and Rich Brian use UGC strategy to promote their song by leveraging community participation in creating content on their social media. This study will discuss how UGC can be a marketing strategy in promoting music through social media. Conducting a descriptive qualitative approach using desk research method, this research will discuss how UGC can be a marketing strategy in promoting the song Luar Jaringan belonging to .Feast and Rich Brian's Love In My Pocket through social media.