

Analisis Strategi Key Opinion Leader dalam Membangun Citra Label Musik Independen di Media Sosial: Studi Kasus Isyana Sarasvati sebagai Founder REDROSE RECORDS = Analysis of Key Opinion Leader Strategies in Building the Image of an Independent Music Label on Social Media: A Case Study of Isyana Sarasvati as the Founder of REDROSE RECORDS

Nabilla Badriyatul Immamah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553386&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri musik independen di Indonesia berkembang pesat dengan membuka peluang bagi musisi untuk mendirikan label sendiri dan meraih kebebasan artistik, meski masih menghadapi tantangan legitimasi dan persaingan dengan label besar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Isyana Sarasvati, melalui perannya sebagai Key Opinion Leader (KOL), membangun citra REDROSE RECORDS sebagai label musik independen menggunakan media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tinjauan pustaka pada penelitian terdahulu serta analisis tematik terhadap wawancara Isyana di berbagai kanal YouTube. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Isyana berhasil membangun citra REDROSE RECORDS melalui strategi otentisitas, narasi personal, eksplorasi genre progresif, dan pemanfaatan teknologi digital. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat distribusi tetapi juga sebagai sarana membangun koneksi emosional dengan audiens. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya KOL yang memanfaatkan teknologi untuk menciptakan narasi autentik yang dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat eksistensi label musik independen.

.....Indonesia's independent music industry has grown rapidly, providing opportunities for musicians to establish their own labels and achieve artistic freedom, although they still face challenges in gaining legitimacy and competing with major labels. This study aims to analyze how Isyana Sarasvati, through her role as an opinion leader, builds the image of REDROSE RECORDS as an independent music label using social media. The research employs a qualitative approach, combining a literature review of previous studies and thematic analysis of interviews with Isyana across various YouTube channels. The findings reveal that Isyana successfully built the image of REDROSE RECORDS through strategies of authenticity, personal narratives, progressive genre exploration, and the utilization of digital technology. Social media served not only as a distribution tool but also as a means to foster emotional connections with the audience. The implications of this study highlight the importance of opinion leaders leveraging technology to create authentic narratives, which can serve as an effective strategy to strengthen the presence of independent music labels.