

BENTUK – BENTUK PROMOSI PERUSAHAAN LABEL REKAMAN INDIE FFWD RECORDS BANDUNG

ANNAS Y

**Drs. Yan Yan Cahyana, MA
KKB KK 2 Fis. K. 24/11 Ann b**

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai bentuk-bentuk promosi suatu perusahaan. Khususnya perusahaan label rekaman berskala kecil yang dimiliki secara *independent*. Dalam industri musik, terdapat dua jenis perusahaan label rekaman atau polarisasi label rekaman, yaitu perusahaan label rekaman besar atau biasa disebut *major label* dan perusahaan rekaman kecil atau biasa disebut *indie label*. Perbedaan yang cukup menonjol antara *major label* dan *indie label* adalah lebih kepada nilai investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan rekaman. Dengan demikian, perusahaan *indie label* membutuhkan upaya promosi tertentu yang disesuaikan dengan kemampuan dana perusahaan. Terlepas dari perbedaan antara bentuk promosi yang dilakukan oleh perusahaan *major label* dan *indie label*, promosi yang efektif tetap menjadi penting dan dibutuhkan, tak terkecuali bagi perusahaan *indie label*. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti ingin meneliti bentuk-bentuk promosi FFWD Records Bandung sebagai salah satu perusahaan label rekaman *indie*. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan mendeskripsikan bentuk-bentuk promosi yang digunakan oleh label rekaman *indie* FFWD Records. Tinjauan pustaka yang digunakan antara lain mengenai promosi, *Integrated Marketing Communication*, dan *Promotion Mix*. Pendekatan yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif dan metode penelitian studi kasus. Sasaran penelitian adalah pendiri FFWD Records, yaitu *Executive Director* dan *Executive marketing & promotion* FFWD Records. Teknik pengumpulan data mempergunakan wawancara mendalam dan melalui penghimpunan dokumen, sehingga unit analisis datanya berupa narasi-narasi hasil wawancara dengan informan dan hasil analisis dokumen. Hasil dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa keterbatasan dana yang dialami FFWD Records tidak membuatnya berhenti untuk melakukan kegiatan promosi. Justru dengan keterbatasan tersebut membuat FFWD Records mencari bentuk promosi yang sesuai dengan anggaran dan kebutuhan. Beberapa bentuk promosi yang dilakukan FFWD Records tergolong

kreatif. Seperti ketika menyebarkan poster dan *flyer* yang *eye catching* dan dilakukan oleh semacam *street team*, dimana *street team* tersebut sekaligus mempromosikan dengan *word of mouth*, bahkan fans pun bisa menjadi *street team* untuk mempromosikan FFWD Records dan produknya. Kemudian FFWD Records juga memanfaatkan teknologi dengan memakai internet yang tanpa biaya tinggi, yaitu dengan jejaring sosial Twitter, Facebook, dan Myspace. Selain bentuk-bentuk promosi itu, event berupa konser musik yang diadakan oleh FFWD Records memberikan kontribusi besar bagi FFWD Records sehingga produknya dikenal konsumen dan bisa eksis sampai saat ini. Dengan kata lain, bentuk-bentuk promosi tersebut menjadi suatu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan dan penting untuk dilakukan. Dan ini menunjukkan FFWD Records menerapkan pendekatan *Integrated Marketing Communication*

Kata kunci : Promosi, label indie, bauran promosi, musik

