

ABSTRAK

Perkembangan dunia musik *indie (independent)* di Indonesia mengalami banyak peningkatan seiring semakin berkembangnya teknologi perekaman dan teknologi komunikasi. Di kota Yogyakarta terdapat berbagai macam band punk dan *indie label* punk yang memproduksi dan memasarkan album musik punk. Mereka melakukan semua kegiatan produksi dan pemasaran secara *indie (independent)* dengan dana yang dikelola sendiri. Di tengah ketatnya persaingan industri musik, karya musik punk tetap dapat diterima baik dalam lingkup komunitas maupun masyarakat luas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil dari strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh komunitas punk dalam memasarkan karya musik. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan band punk dan *indie label* punk di kota Yogyakarta melaksanakan strategi komunikasi pemasaran dengan spontan dan *insidental* sesuai dengan kebutuhan pemasaran mereka. Strategi yang digunakan band punk dan *indie label* punk dalam meraih konsumen adalah *marketing mix* dan *promotions mix*. *Marketing mix* terdiri dari *product, pricing, promotion, dan place*. *Promotions mix* terdiri dari periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, pemasaran langsung, dan hubungan masyarakat. Kesimpulan, strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan band punk dan *indie label* punk di kota Yogyakarta berhasil meningkatkan jumlah penjualan album musik punk walaupun terdapat hambatan berupa perencanaan strategi komunikasi pemasaran yang kurang matang dan minimnya dana produksi.

ABSTRACT

Indonesian indie (independent) music rising with audio recording technologies and communication technologies development. In Yogyakarta, many punk bands and indie labels releasing their punk music albums. They did all of album music production and marketing with their own cost. People interest for punk music albums is stabil although so many genre in music industries. This research purpose is to know about results of marketing communication strategies of punk albums. The research method used in this study is a qualitative descriptive research method with qualitative data analysis techniques. Data collection techniques obtained from interviews, observation and literature study. Results of this research showed punk bands and punk indie labels do the marketing communication strategies incidentally just to fit their importance of album music marketing. Punk bands and indie labels using marketing mix and promotions mix to promote their punk music albums. The marketing mix is composed of product, pricing, promotion, and place. The promotions mix strategy consisting of advertising, personal selling, sales promotion, direct marketing, and public relations. Conclusion, number of copies punk music albums is raising because marketing communication strategy of punk albums although there is a problem such as less plan of marketing communication strategy and lack of production cost.