

**STRATEGI GLOBALISASI MEREK GRUP MUSIK *INDIE* DI
INDONESIA
(STUDI KASUS GRUP MUSIK TREES AND WILD)**

TUGAS AKHIR



WINA WIDIANA NURHIDAYAH

1151903020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2016

**STRATEGI GLOBALISASI MEREK GRUP MUSIK *INDIE* DI
INDONESIA
(STUDI KASUS GRUP MUSIK TREES AND WILD)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ilmu
komunikasi**



WINA WIDIANA NURHIDAYAH

1151903020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Wina Widiانا Nurhidayah
NIM : 1151903020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : **Strategi Globalisasi Merek Grup Musik Indie di Indonesia (Studi Kasus Grup Musik Trees and Wild)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Bambang Sukma Wijaya S.Sos., M.Si.
Penguji 1 : Dessy Kania M.A., B.A.
Penguji 2 : Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., Dr.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Maret 2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Wina Widiانا Nurhidayah

NIM : 1151903020

Tanda Tangan : 

Tanggal : 13 Maret 2017

UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas berkat dan rahmat yang telah penulis terima selama melaksanakan tugas akhir ini, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie.
2. Bapak Bambang Sukma Wijaya, M.Si. selaku pembimbing penulis, yang senantiasa memberi bimbingan, saran dan ide dalam penulisan tugas akhir
3. Ibu Dessy Kania, M.A selaku penguji sidang tugas akhir.
4. Ibu Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie
5. Para Dosen yang mengajar Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi, atas ilmu yang diberikan.
6. Seluruh staf dan karyawan Universitas Bakrie, yang .
7. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material.
8. Teman-teman Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi tahun ajaran 2015/2016.
9. Tyo Prasetya, Satria Ramadhan, personil Trees and Wild dan Indah Natasari yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi informan penelitian ini.
10. Teman-teman seperjuangan bimbingan, Riri, Rieska, Caecilia, serta teman-teman Ilkom Bakrie Kelas Karyawan *batch* 4.
11. Pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan penulis selanjutnya.

Akhir kata penulis mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan wacana bagi rekan-rekan mahasiswa.

Jakarta, Agustus 2016

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wina Widiana Nurhidayah
NIM : 1151903020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Globalisasi Merek Grup Musik *Indie* Di Indonesia (Studi Kasus Grup Musik Trees And Wild)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 13 Maret 2017

Yang menyatakan

(Wina Widiana Nurhidayah)

STRATEGI GLOBALISASI MEREK GRUP MUSIK *INDIE* DI INDONESIA (STUDI KASUS TREES AND WILD)

WINA WIDIANA NURHIDAYAH

ABSTRAK

Persaingan di industri kreatif semakin kuat di era globalisasi yang semakin gencar ini. Khususnya pada industri musik, terdapat dua jenis label rekaman yang terus bersaing dari waktu ke waktu antara *indie* atau independen dan mayor. Keduanya mempunyai pasar yang cukup besar di kalangan anak muda. Selain bersaing dengan sesama *indie* dan juga mayor, pelaku musik juga tertantang untuk memerangi pembajakan. Agar eksistensinya tetap terjaga, terdapat beberapa strategi dari kategori *indie* yang melakukan komunikasi pemasaran yang berbeda. Hal tersebut yang dilakukan oleh grup musik asal Bekasi, Jawa Barat, Trees and Wild. Trees and Wild melakukan globalisasi merek untuk lebih membesarkan namanya di industri musik. Atas dasar perkenalan dan koneksi yang kuat, *band* ini berhasil *go international* melakukan tur ke Eropa dan negara-negara Asia. Dari hasil yang ditemukan, ternyata terdapat banyak pengaruh dan dampak yang dihasilkan dari proses globalisasi terhadap Trees and Wild. Hal ini pun dijelaskan lebih dalam pada teori Network Society oleh Manuel Castell. Network society ini bagian dari globalisasi yang berdampak pada inovasi dan keberhasilan karir bagi Trees and Wild.

Kata kunci: *band indie, indie, hipster, go international, globalisasi, network society*

ABSTRACT

Competition in the creative industry is getting stronger in the era of globalization is intensified. Especially in the music industry, there are two types of labels that continue to compete from time to time between indie, or independent and major. Both have sizeable market among young people. In addition to competing with fellow indie and major, music actors are also challenged to combat piracy. So that its existence is maintained, there are some strategies from an independent category which perform different marketing communication. This is done by music groups from Bekasi, West Java, Trees and Wild. Trees and Wild globalize the brand to further raise his name in the music industry. On the principle of introductions and a strong connection, the band managed to go international toured to Europe and Asian countries. From the results found, it turns out there are a lot of influences and impacts resulting from the globalization process of the Trees and the Wild. It is also described in the theory of the Network Society by Manuel Castell. Network society is part of globalization impact on innovation and career success for Trees and Wild.

Keywords: band indie, indie, hipster, go international, globalization, network society

DAFTAR ISI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI	2
LEMBAR PENGESAHAN	3
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	4
UNGKAPAN TERIMAKASIH	5
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	7
ABSTRAK	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL	12
BAB I	13
PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Masalah Penelitian.....	24
1.3 Tujuan Penelitian	24
1.4 Manfaat Penelitian	24
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	24
1.4.2 Manfaat Praktis	25
BAB II	26
TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	26
2.2 Tinjauan Teoritis.....	32
2.2.1 <i>Music Marketing Communication</i>	32
a. Konvensional	33
b. Digital	36
2.2.2 <i>Global Marketing Communication</i>	39
a. <i>Globalisasi Sebagai Sociological Structure</i>	40
b. <i>Construction of Mediated Globalization</i>	41
c. <i>Network Society</i>	43
2.3 Kerangka Pemikiran	46
BAB III	48

METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Pendekatan Metodologis.....	48
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.2.1 Data Primer	51
3.2.2 Data Sekunder.....	52
3.3 Unit Analisis	52
3.4 Operasionalisasi Konsep.....	53
3.5 Validitas Data	54
3.6 Analisis Data.....	55
BAB IV.....	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	59
4.2 Hasil Penelitian	64
4.3 Pembahasan	82
4.3.1 <i>The Power of WOM Communication in Indie Music</i>	82
4.3.2 <i>The Power of Indie in Music Marketing</i>	85
4.3.3 <i>The Power of Hipster in Indie Culture</i>	90
4.3.4 <i>The Power of Networks in Global Marketing</i>	93
BAB V	95
KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1. Kesimpulan	95
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	96
5.3. Saran	96
5.3.1. Saran Akademis	96
5.3.2 Saran Praktis	97
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Foto <i>Band</i> Mocca.....	17
Gambar 1.3 Poster single “Di Udara” Efek Rumah Kaca	18
Gambar 1.4 Ulasan Trees and Wild oleh TIME Magazine	22
Gambar 1.5 Grup Musik Trees And Wild	23
Gambar 1.5 Cover Album Trees And Wild “Ekati”	23
Gambar 2.1 Logo Spotify	38
Gambar 2.2 Logo My Space.....	39
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 3.1 Model Analisis Kualitatif Wijaya	57
Gambar 4.1 Grup Musik Trees and Wild	59
Gambar 4.2 Profil Subyek Utama.....	59
Gambar 4.2 Profil Subyek Pendukung	62
Gambar 4.2 Profil Subyek Triangulator	63
Gambar 4.4 Personil Trees and Wild Di Awal Karir.....	64
Gambar 4.5 Cover Album ‘Rasuk’	69
Gambar 4.6 Logo SRM Band	72
Gambar 4.7 Trees and Wild Saat Event Urbanscape 2012.....	73
Gambar 4.8 Cover Album Ekati	74
Gambar 4.9 Trees and Wild di Monster of Pop Festival, Finlandia	76
Gambar 4.10 Indah bersama Vokalis Trees and Wild, Remedy.....	78
Gambar 4.11 Cover Album Zaman-zaman.....	79
Gambar 4.12 Poster Digital Trees and Wild di Clockenflap 2016	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Konsep.....	53