

**STRATEGI LABEL ALL GOOD MUSIC INDONESIA DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* MUSIK HIP-HOP
INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



Zahra Dauti

1221913028

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk saya nyatakan dengan benar.

Nama : Zahra Dauti
NIM : 1221913028
Kelas : Tugas Akhir

Menyatakan bahwa :

1. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, pemikiran dan penelitian saya sendiri tanpa ada unsur plagiat baik disengaja maupun tidak disengaja.
2. Karya tulis ini belum pernah dipakai dengan konten yang sama, untuk proyek, laporan dan tugas di kelas yang lain.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka dan telah mengikuti prosedur yang benar.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi kode etik atau sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di lingkungan dunia pendidikan.

Jakarta, 5 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Zahra Dauti

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Zahra Dauti

NIM : 1221913028

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : STRATEGI LABEL ALL GOOD MUSIC INDONESIA
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* MUSIK HIP-HOP
INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si.

()

Penguji I : Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A

()

Penguji II : Eli Jamilah Mihardja, Ph. D

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17 Februari 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang hingga saat ini masih memberikan kita nikmat iman dan kesehatan, sehingga saya diberi kesempatan menyelesaikan tugas akhir penelitian saya yang berjudul “Strategi Label All Good Music Indonesia Dalam Meningkatkan Brand Awareness Musik Hip-Hop Indonesia Melalui Media Sosial ”. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak sekali dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga dalam bagian pengantar ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa
dengan segala rahmat dan karunia-Nya penulis selalu diberikan kemudahan dan kelancaran dalam segala hal yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir.
2. Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si.
selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah membimbing penulis dalam proses penyusunan tugas akhir dari awal hingga akhir.
3. Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A
selaku dosen penguji I yang telah memberi masukan dan saran untuk tugas akhir penulis dari seminar proposal hingga sidang akhir.
4. Eli Jamilah Mihardja, Ph. D
selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan dan saran untuk tugas akhir penulis pada sidang akhir.
5. Kedua Orang Tua dan kedua adik saya
karena selama proses penyusunan tugas akhir selalu memberikan dukungan sepenuhnya, bahkan sepanjang karir dan pendidikan saya.
6. Sahabat
Kepada Rafif Murti, Aura Khansa, dan Zahra Diani yang sudah selalu memberikan dukungan dan banyak bantuan selama menyusun tugas akhir ini

Jakarta, 5 Februari 2025



Zahra Dauti

HALAMAN PERSYARATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Zahra Dauti
NIM : 1221913028
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Marketing Communication
Judul Tugas : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalti-free Rights) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI LABEL ALL GOOD MUSIC INDONESIA DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* MUSIK HIP-HOP INDONESIA
MELALUI MEDIA SOSIAL**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 5 Februari 2025

Yang menyatakan,



Zahra Dauti

STRATEGI LABEL ALL GOOD MUSIC INDONESIA DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* MUSIK HIP-HOP INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL

Zahra Dauti

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi alat yang signifikan dalam membangun kesadaran merek (brand awareness) dalam berbagai industri, termasuk industri musik. Penelitian ini berfokus pada strategi penggunaan media sosial oleh All Good Music Indonesia sebagai label rekaman yang mengedepankan genre hip-hop. Analisis dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas strategi yang diterapkan dalam meningkatkan kesadaran merek di kalangan audiens.

Melalui pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pihak internal All Good Music Indonesia, observasi terhadap aktivitas media sosial, dan analisis konten. Temuan menunjukkan bahwa platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube dimanfaatkan secara strategis untuk memperkuat citra merek dan menjangkau audiens yang lebih luas. Interaksi aktif dengan pengikut, publikasi konten kreatif, dan kolaborasi dengan figur publik dalam komunitas hip-hop terbukti memainkan peran penting dalam menciptakan keterlibatan (engagement) yang tinggi.

Namun, tantangan seperti keterbatasan sumber daya, persaingan dalam dunia digital, serta inkonsistensi dalam strategi pemasaran menjadi faktor yang mempengaruhi efektivitas upaya yang dilakukan. Meskipun demikian, hasil analisis menunjukkan bahwa media sosial mampu menjadi sarana efektif untuk membangun kesadaran merek, dengan catatan adanya pengembangan berkelanjutan dalam strategi yang diterapkan.

Kata kunci: media sosial, kesadaran merek, hip-hop, strategi pemasaran, All Good Music Indonesia

ALL GOOD MUSIC INDONESIA LABEL STRATEGY IN INCREASING BRAND AWARENESS OF INDONESIAN HIP-HOP MUSIC THROUGH SOCIAL MEDIA

Zahra Dauti

ABSTRAK

Social media has become a significant tool for building brand awareness across various industries, including the music industry. This study examines the strategies employed by All Good Music Indonesia, a record label focusing on the hip-hop genre, to utilize social media in enhancing brand awareness among its audience.

Using a qualitative approach, data were collected through in-depth interviews with internal stakeholders of All Good Music Indonesia, observations of social media activities, and content analysis. The findings reveal that platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube are strategically leveraged to strengthen brand identity and reach a broader audience. Active engagement with followers, creative content publication, and collaborations with public figures within the hip-hop community are shown to play a crucial role in generating high levels of audience engagement.

However, challenges such as limited resources, intense competition in the digital landscape, and inconsistencies in marketing strategies were identified as factors affecting the effectiveness of these efforts. Despite these challenges, the analysis demonstrates that social media serves as an effective medium for building brand awareness, provided there is continuous improvement in the strategies implemented.

Keywords: social media, brand awareness, hip-hop, marketing strategy, All Good Music Indonesia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERSYARATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian	16
1.3 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Konsep Yang Relevan.....	18
2.1.1 Integrated Marketing Communications (IMC)	18
2.1.2 Strategi <i>Marketing</i>	19
2.1.3 Brand Awareness	20
2.1.4 Media Sosial.....	23
2.1.4.1 Media Sosial dalam <i>Music Marketing</i>	25
2.1.5 Musik	28
2.1.6 Industri Musik Hip-hop Indonesia	30
2.1.7 Label All Good Music Indonesia	32
2.2 Penelitian Sebelumnya	33

2.3	Model Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODE PENELITIAN		40
3.1	Pendekatan Penelitian	40
3.2	Objek dan Subjek Penelitian	40
3.3	Teknik Pengumpulan Data	41
3.4	Teknik Analisis Data	41
3.5	Triangulasi Data	42
3.6	Operasionalisasi Konsep	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Gambaran Konteks Penelitian	45
4.1.1	Deskripsi Label All Good Music Indonesia	45
4.1.2	Latar Belakang Media Sosial dalam Industri Musik Hip-Hop	46
4.1.3	Relevansi Penelitian Label dan Musik Hip-Hop Indonesia	46
4.2	Penyajian Data	47
4.2.1	Analisis: Identifikasi SWOT <i>All Good Music</i> Indonesia	47
4.3	Pembahasan dan Diskusi	55
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		59
5.1	Simpulan	59
5.2	Kendala dan Keterbatasan	60
5.3	Saran dan Implikasi	61
DAFTAR PUSTAKA		62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Peminat Genre Musik di Indonesia Tahun 2023	4
Gambar 1. 2 Logo All Good Music Indonesia	10
Gambar 2. 1 Customer-Based Brand Equity Model	22
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	38

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	35
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep.....	40