



INTISARI

Para pelaku seni musik memiliki peran layaknya seorang pelaku ekonomi dalam kegiatan komunikasi pemasaran, yaitu bagaimana mereka memperhatikan strategi dan langkah dalam berkecimpung di industri musik. Penelitian ini berupaya mengidentifikasi faktor yang menjadi penentu Demajors Independent Music Industry (DIMI) meningkatkan daya saing dan posisinya di industri musik melalui analisis inovasi nilai dan faktor-faktor yang menjadi *value drivers* dalam pembentukan inovasi nilai yang merupakan pijakan utama dari strategi samudra biru.

Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif kualitatif sebagai acuan strategi penelitian untuk memperoleh data dan alat penelitian yang valid. Wawancara adalah teknik pengumpulan data utama yang digunakan dalam penelitian. Pengumpulan data dengan metode wawancara terstruktur yaitu dengan melakukan wawancara langsung dengan manajemen tingkat atas Demajors Independent Music Industry (DIMI) serta CEO perusahaan sejenis yang berperan sebagai *Subject Matter Expert* dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan 7 faktor yang menjadi *value drivers* standar industri musik independen. Ketujuh faktor tersebut adalah variasi band/artis, konten (isi) album, harga produk, variasi produk, jaringan distribusi, promosi, kemasan album dan kecepatan layanan. Analisa inovasi nilai yang diciptakan adalah Membuat variasi produk dengan memproduksi cinderamata (kaos, poster, jaket), memanfaatkan Youtube dalam sebaran klip video musik, membuat lini produksi digital, membuat sebuah toko konsep yang melayani penjualan album dan konser musik dalam satu wadah, dan menciptakan suatu aliran musik yang disukai oleh konsumen.

Kata Kunci: Analisa Inovasi Nilai, Strategi Samudra Biru, Kanvas Strategi, Ekonomi Kreatif



ABSTRACT

Music artists have a role similar to economic actors in marketing communication activities, namely how they pay attention to the strategies and steps in the music industry. This study aims to identify factors affecting Demajors Independent Music Industry (DIMI) to increase its competitiveness and position in the music industry using the analysis of innovation value as well as factors as value drivers in the development of innovation value which is the main foundation in blue ocean strategy.

This study adopts the method of descriptive qualitative research as a reference for research strategies to obtain valid research data and tools. Interviews are the main data collection techniques used in this study. Data collection method is by using structured interview and conducting direct interviews with top-level management of Demajors Independent Music Industry (DIMI) as well as CEOs of similar companies who act as Subject Matter Experts in this study.

The results of this study demonstrate 7 factors as the value drivers standard for independent music industry. The seven factors are band / artist variations, album content, product price, product variation, distribution network, promotion, album packaging and service speed. Analysis of innovation value developed is to design a variety of products by producing souvenirs (t-shirts, posters, jackets), utilizing YouTube in the distribution of music video clips, creating digital production lines, creating a concept store that handles album sales and music concerts in one package, and creating music line that is favored by consumers.

Keywords: Value Innovation Analysis, Blue Ocean Strategy, Canvas Strategy, Creative Economy