

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat Fathoni, Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi, Jakarta: Rineka Cipta, 2006, hal. 97
- Adrienne Eard Fawcett, Integrated Marketing Communication Its Time Has Arrived, Advertising age, 1993.
- Agus Salim. Teori & Paradigma Penelitian Sosial. Yogyakarta: Tiara Wacana.2006. Hal 71.
- Belch & Belch. 2012. Advertising And Promotion An Integrated Marketing Communication Perspective. Mcgraw-Hill.
- Burhan Bungin, Penelitian Kualitatif Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya, Jakarta: Kencana, 2007, hal. 108.
- Diah Tuhfat Yoshida, Arsitektur Strategik: Sebuah Solusi Meraih Kemenangan dalam Dunia yang Senantiasa Berubah, Jakarta: PT Elex Komputindo Kelompok Gramedia, 2004, h. 26.
- Djajasudarma, T. Fatimah. (2009). Semantik 1: Makna Leksikal Dan Gramatikal. Bandung: Pt. Revika Aditama. Hal. 9
- Djam'an Satori dan Aan Komariah, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta, 2010, hal. 148.
- Elvinaro Ardianto, Op.cit., hal. 58-59.
- Farida Nugrahani "Metode Penelitan Kualitatif." Cakra Books, Solo, Hlm 115.
- Farida Nugrahani "Metode Penelitan Kualitatif." Cakra Books, Solo, Hlm 115.
- Frank Jefkins, Public Relations, Edisi Kelima (Jakarta: Erlangga, 2003), H. 9.
- Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, Metodologi Penelitian Soaial, Jakarta: Bumi Aksara, 2009, hal. 84.
- Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, Op.cit., hal. 84.
- Husein Umar, Strategic Management in Action, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001, h. 31.
- Ibid., hal. 129-130.
- Ibid., hal. 30.

- John M. Echols, Hassan Shadily, Kamus Inggris Indonesia, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007, h. 701.
- Lexy Moeleong, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006, hal. 4
- Lexy Moeleong, Op.cit., hal. 3.
- Merry Pezullo, Marketing For Banking, American Bankers Association, (Usa, 1999). 314
- Miliza Ghazali, Buat Duit Dengan Facebook Dan Instagram : *Panduan Menjana Pendapatan Dengan Facebook Dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016), Hal. 8.
- Nugroho J. Setiadi. 2003. Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hlm 252.
- Pandji Anoraga, Manajemen Bisnis (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 339.
- Philip Kotler Dan Gary Armstrong. 2004. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Erlangga. Hlm 600.
- Rachmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi Pemasaran, Jakarta: Kencana, 2007, hal. 187-188
- Rachmat, Manajemen Strategik, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014, h. 14.
- Rosady Ruslan, Op.cit., hal. 213.
- Rosady Ruslan, Op.cit., hal. 29.
- Scott M. Cutlip, Effective Public Relations, Edisi Kesembilan (Jakarta: Kencana 2006), H. 5.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta. Hal. 348.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.. Hal 401
- Supardi. Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis. Yogyakarta: Uii Press. (2005). Hal 34
- Terence A. Shimp, Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, JilidI edisi Kelima, (Jakarta: Erlangga, 2003), Hlm.24.

Tim Penyusun, Kamus Besar Bahasa Indonesia, ed. 3 cet. 3, Jakarta: Balai Pustaka 2005, h. 423

William Chitty, Nigel Barker, Terence A. Shimp, *Integrated Marketing Communications, Second Asia Pasific Edition* (Australia: Chengage Learning Australia Pty Limited, 2008), Hlm. 5.

Winardi, *Entrepreneur & Entrepreneurship*, (Jakarta: Kencana, 2004), 106.

JURNAL

Bimo Wahyu Nugroho, Jurusan Musik FSP ISI Yogyakarta Januari, 2021 Program Studi Musik, Kode: 91221 “Distribusi Musik Indie Di Indonesia Dalam Perkembangan Teknologi Digital” jurnal

Dewi Untari, Dewi Endah Fajariana, “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Study Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik), WIDYA CIPTA Jurnal Sekertari dan Manajemen Vol 2 No.2 September 2018, 274

Eureka Intan Innova, “Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia”,(Jurnal E-Komunikasi, Vol. 4 No. 1/2016), 4-5

Indah, Jihan Sari dan Joko Susilo 2019 "*Strategi Bertahan Café Melalui Pendekatan Integrated Marketing Communication di Mada Pandemi Covid-19*" Jurnal

Indah, Jihan Sari dan Joko Susilo 2019 "*Strategi Bertahan Café Melalui Pendekatan Integrated Marketing Communication di Mada Pandemi Covid-19*" Reputatation jurnal Pustaka Komunikasi , Volume 4, No. 1, Maret 2021, hlm 117-130

Permasih, I., Abidin, Y. Z., & Ma'arif, A. A. (2018). *Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat. Hal 27*

Rinitami Njatrijani, Et. Al. 2020 "*Era Digital Melahirkan Peran Baru, Aggregator Musik Dalam Mendistribusikan Karya Cipta Lagu Dan Musi*" Diponegoro Private Law Review• Vol. 7 No. 1 Februari 2020

Rismayanti, Rebekka 2016 "*Integrated Marketing Communication (IMC) di PT Halo Rumah Bernyanyi*" Jurnal

Rozi, Firsto Kurniawan, Et. Al. 2018 "*Strategi Integrated Marketing Communication (Imc) Usaha Kedai Susu Mom Milk Untuk Menarik Minat Konsumen*". Reputation Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian

SUMBER ARTIKEL INTERNET

[3 Cara Merilis Lagu ke Spotify dan Platform Lainnya - Tekno Liputan6.com](#)

diakses pada 2 Desember 2022

[Integrated Marketing Communication untuk strategi pemasaran yang lebih maksimal, Ini penjelasannya! - Accurate Online](#) diakses pada januari 2023 pukul 4.25 wib

[4Cs of Integrated Marketing Communications | Oxford College of Marketing](#) di akses pada 24 januari 2023 pukul 4.08 wib

[Agregator Musik - Bantuan YouTube \(google.com\)](#) diakses pada 1 desember 2022

[Distribusi Musik Digital Indonesia - Netrilis](#) diakses pada 6 Desember 2022
<http://www.widiasmoro.com/2013/03/31/aggregator-musik-mistral-musics/#:~:text=Aggregator%20musik%20berperan%20sebagai%20pengganti%20label%20rekaman%20yang,terlalu%20dihiraukan%20yang%20terpenting%20mendapatkan%20jumlah%20katalog.%20> diakses pada 8 oktober 2022 2.30

<https://nextart.id/> diakses 28 april 2021 15.30

<https://www.counterpointresearch.com/global-online-music-streaming-grew/di> akses 8 oktober 2022

<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/> di akses 6 oktober 2022 pukul 9.00

https://www.kompasiana.com/siti88894/5fd8b035d541df28d42749a2/pengaruh-media-sosial-terhadap-perubahan-sosial-masyarakat?page=1&page_images=1 diakses 29 september 2022 pukul 16.00

<https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/> di akses 8 oktober 2022 pukul 3:20

[IMC \(Integrated Marketing Communication\) Beserta Strategi Penerapannya \(jojonomic.com\)](#) diakses pada tanggal 28 november 2022

[Integrated Marketing Communication \(IMC\): Arti, Penerapan, dan Manfaat \(glints.com\)](#) di akses pada 29 november 2022

[Pengertian Media Sosial Adalah, Fungsi, Tujuan, Jenis Sosial Media \(maxmanroe.com\)](#) diakses pada 1 desember 2022

SKRIPSI

Achmad Nurdiyanto, 2018 "*Strategi Integrated Marketing Communication dalam Mendapatkan Sponsorship Klub Sepakbola (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Persebaya Surabaya FC Kompetisi 2017)*". Skripsi

Desy Satriana Anas, 2017 "*Strategi Integrated Marketing Communication dalam Peningkatan Brand Awareness*". Skripsi



LAMPIRAN SURAT KETERANGAN PEMBIMBING



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520, Telp. (021) 7806700 (hunting),
Fax. 7802718-7802719 http://www.unas.ac.id, E-mail : info@unas.ac.id

Jakarta, 26 September 2022

Nomor : 101 /IK/IX/2022

Lamp : -

Hal : *Kesediaan Membimbing Proposal Skripsi*

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos, M.Si

Dosen Prodi Ilmu Komunikasi

Di Jakarta

Dengan hormat,

Terkait dengan penyelenggaraan ujian proposal skripsi semester Ganjil 2022/2023, Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing proposal skripsi yang disusun oleh:

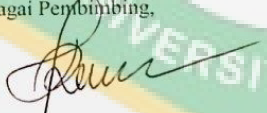
Nama	: Andhika Setya Pratama
NPM	: 193516516511
Konsentrasi	: Public Relations
Judul Proposal Skripsi	: Strategi Integrated Marketing Communication Nextart.id Dalam Mendistribusikan Musik Digital di Instagram

Kami berharap Bapak/Ibu dapat memberikan jawaban kesediaan segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini, dan mengembalikannya kepada Prodi Ilmu Komunikasi melalui sekretariat Tata Usaha FISIP. Jika Bapak/Ibu bersedia, mohon dapat membimbing dan mengarahkan proposal skripsi mahasiswa agar layak untuk diuji.

Demikian atas kesediaan dan dukungannya kami ucapkan terima kasih.

*Bersedia/ Tidak Bersedia**
Sebagai Pembimbing,

Program Studi Ilmu Komunikasi
Ketua,


Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos, M.Si


Drs. Adi Prakosa, M.Si

* coret yang tidak perlu

LAMPIRAN KONSULTASI BIMBINGAN





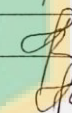

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI




Nama Mahasiswa : Andhika Setya Pratama

Nama Pokok Mahasiswa : 193516516511

Program Studi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations


Judul Skripsi : STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION
NEXTART.ID DALAM MENDISTRIBUSIKAN MUSIK DIGITAL DI
INSTAGRAM.

NO	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	9/12/2022	Bimbingan. revisi penulisan di Bab 1 dan 2 , revisi masukan footnote Bab 2 , perubahan sedikit judul *strategy IMC NextArt.id dalam mendistribusikan musik digital pada media sosial Instagram* menjadi *strategi IMC NextArt.id dalam mendistribusikan musik digital di Instagram*	
2	10/12/2022	Revisi bab II Fotenote	
3	28/1/2023	Revisi bab III Sistematika penyusunan	
4	28/1/2023	Revisi mengenai penulisan sistematis, lebih dijabarkan pada bab III - IV spasi, fotenote,margin	
5	28/1/2023	Revisi bab III Metodologi penelitian	
6	29/1/2023	Memulai penulisan bab IV dan V, bab 2 wajib buku,ebook,atau jurnal. Ukuran Fotenote	

		times new roman, bab III menjelaskan observasi non partisipan, wawancara, dokumentasi dijelaskan.	
7	29/1/2023	Revisi bab IV analisis data, serta struktur penyusunan bab IV - V	
8	29/1/2023	Revisi keseluruhan pada bab 4 dalam memasukan data wawancara, analisis data, serta pembahasan.	

Jakarta, 2 Februari 2023

Ketua Program Studi, Ilmu Komunikasi


Drs. Adi Prakosa, M.Si.



LAMPIRAN PERMOHONAN PENELITIAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Mania No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

Nomor : 44 /WD/1/2023

Jakarta, 10 Januari 2023

Lamp : -

Perihal : Permohonan Penelitian dan Informasi Data

Kepada Yth : Ibu Feriska Oktarina, PR & Marketing Communication Manager
dan Para Staff
Di -
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa di bawah ini:

Nama : Andhika Setya Pratama
Nomor Induk Mahasiswa : 196516516511
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Alamat Rumah : Jl. Menteng Wadas Utara No.31 kcl.pasarmanggis
kec.setiabudi Jakarta Selatan
HP : 08979014314

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul: *Strategi Integrated Marketing Communication Nextart.id dalam Mendistribusikan Musik Digital di Instagram*, dengan Dosen Pembimbing : Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos, M.Si

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatiannya dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si

Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi

LAMPIRAN DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA

Pertanyaan wawancara untuk key informan (PR & Marketing Manager Nextart.id)

1. Apa itu Nextart.id?
2. Apa saja konten yang ada di Instagram Nextart.id, selain cara mendistribusikan lagu?
3. (advertising) Apakah Nextart.id menggunakan iklan di Instagram?
4. (direct marketing) Apa yang Nextart.id inginkan dengan menggunakan sebuah aplikasi Whatsapp ?
5. (public relations) Apa tugas pokok PR & Marketing Manager dari Nextart.id ?
6. (personal selling) Apakah Nextart.id melakukan sebuah promo atau penawaran langsung? Seperti dalam sebuah pameran atau event?
7. Kenapa Nextart.id menggunakan semua strategi seperti iklan di instagram, whatsapp, promosi di sebuah pameran?
8. Apakah ada kendala dalam melakukan strategi marketing tersebut?
9. Lalu bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?
10. Apa alasan menggunakan aplikasi Instagram sebagai media promosi?
11. Bagaimana cara khalayak mendistribusikan kaya musiknya?

List Pertanyaan Wawancara Indorman (digital marketing) Nextart.id

1. Diindonesia sendiri dari segi instagram, apakah nextart selaku distributor musik sudah di atas dari kompetitor?
2. Nextart aktif diinstagram, apa aja konten di instargram nextart yang cukup tinggi peminat?
3. Berarti nextart menggunakan (advertising)/periklanan juga diinstagram tersebut ?
4. (direct marketing) pada saat memposting sebuah konten instagram, target atau strategi yg bagaimana ?
5. Untuk kak rere sendiri selaku (digital marketing) nextart.id , tugas pokoknya seperti apa ?
6. (pesonal selling) apakah nextart ada buat promo dsb di instagram ? Contoh promo apa ?
7. Kenapa nextart,id menggunakan strategi promosi seperti iklan di instagram, promosi di WA, promosi di sebuah pameran ?
8. Apakah ada kendala dalam melakukan strategi marketing tersebut?
9. Lalu bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?
10. Apa alasan menggunakan aplikasi Instagram ?
11. Bagaimana cara khalayak mendistribusikan karya musiknya?

LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA

Wawancara 1 (*Key Informan*)


Nama : Ferika Oktarina

Jabatan : PR & Marketing Manager

Tempat dan Waktu : Jl. Kudus No.3, RT.6/RW.6, Dukuh Atas, Menteng, Kec.
Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota
Jakarta 10310. Rabu, 11 Januari 2023 Pukul 15.00 Wib.

No.	<i>Key Informan</i>	Jawaban
1.	oke kak icha eee saya andhika setya pratama mahasiswa universitas nasional tahun 2019 jurusan ilmu komunikasi saya izin untuk melakukan wawancara nih kak terkait skripsi saya nih kak, ada beberapa pertanyaan yang akan saya ajuin. Yang pertama bisa minta tolong gak nih kak Nextart itu apa sih kak?	Nextart.id itu main bisnisnya ya jadiperusahaan yang main bisnisnya itu di distribusi musik digital, distribusi musik digital itu maksudnya gini kalo dulu toko musik itu secara fisik ya kan, kalo sekarang toko musik sudah pindah bentuknya online bentuknya digital, nah main bisnis dari nextart itu mendistribusikan karya-karya musik itu ke toko toko musik online,digital.contohnya kaya platform musik seperti spotify.apple music,dessert,joox,youtubemusic dan lain lain itu main bisnis pertamanya. Tapi seiring berjalannya waktu berkembangnya nextart.id akhirnya sekarang pun kita punya namanya musik

		publishing, jadi kita juga sebagai music publisher tugasnya adalah melindungi hal ekonomi jadi musik itu karya, itu merupakan aset nah itu yang kita lindungi sebagai hak ekonomi si composer yang punya atau yang menulis lagu karya karya itu.
2.	berarti nexart itu wadahnya pendistribusian musik lah kak ya?	wadahnya iya, baru karna memang dari user itu ternyata memang banyak yang yang belum mendaftarkan karya musiknya ke publisher akhirnya kita pun membuat publisher untuk melindungi karya mereka.
3.	jadi biar customer itu semakin trust lah percaya, gak takut lagi	iyaa, dan sekaligus itu jadi bahan edukasi kita karna musik itu adalah aset, dan aset itu bisa menghasilkan uang. Hak ekonomi jatohnyakan
4.	terus juga nextart ini aktif jugakan ya di instagram, terus apa aja si nih kak yang ada di nextart selain cara mendistribusikan lagu kek konten kontennya itu apa saja si kak?	kalau kita kan tujuan utama kenapa kita menjadikan instagram ini salah satu sosmed yang kita fokuskan ya karna kalau melihat dari pengguna ya banyak memang yang saat ini banyak yang di instagram dan Tiktok ya tapi kalau melihat dari kemudahan instagram ini paling mudah ketimbang Tiktok jadi kita fokus utamanya ke instagram. Nah isi dari konten konten itu sebenarnya jad gini ee tujuan utama kenapa kita harus memposting konten di instagram adalah

		<p>1 bagian dari eksistensi karnakan kita membangun dari brand awarness nih nextart ini sebagai suatu brand ini lg kita bangun nah kalo misalkan kita tidak aktif di sosial media eksistensinya jadi kurang, bagaimana orang bisa melihat nextart,bagaimana orang bisa tahu nestart ith apa, baru isi isi kontennya dalam membangun brand itu baru isi isi kontennya adalah yang kita apaya.. kita naikan kita highlight adalah kelebihan kelebihan dari nextart, yang pertama sudah pasti penjelasan detail nextart. Itu apa sebagai aggregator, distributor tadi atau sebagai publisbher dan selain informasi dua itu juga adalagi yang kita naikan kelebihan kelebihan nextart yang lain misalkan contoh ee dari service , ee service kenapa service itu penting jadi kenapa orang juga nanti menjadikan instagram itu jadi tempat mereka untuk kontak kalau mereka ada kesulitan mereka bisa kontak disitu,itu service. Dan selain itu ada edukasi edukasi lain banyak jadi gak selalu isinya tentang jualannya nextart ya “ayo bergabung di nextart” enggk, tapi isinya lebih ke edukasi, jadi isinya memang informasi informasi, edukasi dan juga programnya nextart , semua informasi penting ada didalam sosmed kita yang nomor 1 itu</p>
--	---	---

		ada di IG instagram
5.	dari segi edukasi seperti royalty kak ya?karna kan khalayak kurang tau apa itu royalty.	iya semuanya , tentang royalty juga trus royalty berhubungan dengan aggregator gitukan, masukin karya ke platform ada uangnya gak?adaitu lah dijelaskan tentang royalty, dan bergabung di publisher ada uangnya juga gak? Ada. Kalau lagunya itu memang memang istilahnya eee dipakai oleh orang gitunya, dicover itu akan ada uangnya juga
6.	karna banyak orang belum tau juga tuh kan	iyaa dan sebenarnya gak cuma eee orang awam itu, kadang musisi sendiri pun mereka belum engeh. Nah kita mnejadikan instagram itu adalah wadah untuk semua informasi itu dan mereka pun bisa dateng DM kita untuk bertanya lebih lanjut.
7.	berarti nextart ini gunain instagram ini buat iklan juga ya kak ya?	ya, kita rutin setiap bulan, pasang iklan untuk menjangkau, jadi untuk informasi itu kan yang baca pasti follower kan ya, naa follower kita kan juga belum banyak jadi kita juga pasang iklan dengan harapan, orang yang diluar dari follower kita itu juga mereka bisa ngeliat informasi itu melalui iklan
	tapi sudah terlihat kak ya dampaknya, hasil dari promosi itu?	sudah terlihat, karna kami kalau kita emakin banyak.itu impactnya
8.	terus juga selain instagram kan nextart ni ada juga thnik	okeyy whatsapp itu kan sebenarnya adalah fungsinya support . jadi siapapun

	<p>promosinya tuh dari Whatsapp kak ya, buat kasih tau info promo dan juga itu dari whatsapp itu buat apa aja si kak? Untuk apa saja</p>	<p>yang mereka membutuhkan konsultasi, membutuhkan bantuan mereka bisa ke support nah di no Whatsapp itu juga kita gunakan sebagai informasi, broadcast jadi misalkan ada contoh info apanih ntah ada promosi, nah biasanya itu kita kasih tau tuh ke user user kita, kadangkannya mereka gak ngecek instagarm jadi mungkin mnedapat informasinya melalui Whatsapp jadi kita broadcast. Selain promosi ada informasi apapun kita infokan lewat whwtsapp itu, jadi whatsapp itu dijadikan tempat komunikasi si antara nextart dan user.</p>
9.	<p>itu untuk user yang sudah mendaftar sajakah, atau yang belum, dan pengen mendaftar boleh?</p>	<p>iya boleh ,siapa aja. User dan non user gitu.</p>
10.	<p>berarti kalo gak tau, nanya nanya by whatsapp gpp?</p>	<p>gak apa apa.</p>
	<p>kalau untuk kak icha nih slaku PR marketing itu tugas pokoknya seperti apa si kak? Kalau di nextart ini kak kurang lebihnya.</p>	<p>okeyy.. dayakan disini sebagai PR dan marketing communication. Kalau PR kitu kan lebih ke public ya ranahnya jadi hubungannya dengan apa yaaa dengan realtionship dengan yang diluar , selain internal maupun yang di luar. Baik tiu untuk hubungan yang internasionalnya, karna memang ada hubungan kita kan bekerja sama dengan platform musik yang banyaknya di luar negeri kan bukan</p>

		<p>di indonesia nah itu, fungsi PR disitu jadi menjaga hubungan dalam segi entah itu sebagai partnership atau hubungan kerja atau apapun itu gitu ya, dengan yang diluar, publik. Sedangkan di marketing communicationya itu kan juga ada juga di komunikasi internal dan external, externalnya adalah dengan sesama user gitu kan informasi ini harus eee istilahnya ee circlenya itu harus berjalan dengan baik gitu ya, kalau tadi kan PR lebih keluar ya, nah kalo marcom itu lebih di... lebih di.. eee internalnya nextarr. Jhadi internalnya bukan hanya di staff dan segala macam ya , tapi juga dengan circlenya user, jadi merkea juga bisa membangun realtionship sama sama nih kita membangun suatu realtionship yang baik gitu loh. Hubungannya dengan nextart dan user ini dua dua pihak ini terbnagun dengan baik gitu.. tapi marcom itu berhubungan juga dengan marketing yang secara global ya, marketing ini kan kalo misalkan kalo di jabarin banyak kan ya, ada marketing sale segala macam atau marketing reserch jug ada, event dan segala macam banyak gitu . nah karna disini Teamnya belum banyak, akupun juga megang secara generalnya secara keseluruhan, jadi gk Cuma di PR</p>
--	---	---

		<p>dimarcom aja di PR secara generalnya juga jadi ya include semua, digital marketing dipantau juga, walaupun tidak spesifik sebagai yang eksekutor ya, tapi memantau juga digital marketing, lalu memantau perubahan diluar itu ya misalkan,, memang harus melakukan sebuah riset, boleh bisa juga. Untuk semuanya tujuannya adalah marketing itu kan ujung tombak perusahaan kan jadi berkembangnya perusahaan, bisa berhasil atau enggak balik lagi ke marketing, jadi segala hal yang berkembangnya tentang perusahaan aku handle.</p>
11.	digital marketing itu kak icha yang mngkonsepin juga baerarti kak ya?	mengkonsepin iya, tapi eksekutor bukan, karna kita disini ada digital marketing sendiri gitu..
12.	dengan siapa tuh kak namanya,?	namanya rere
13.	oo rere berarti nanti sy bisa konfirmasi lagi kak ya terkait digital marketing.	kalaupun untuk digital marketingnya sama rere tapi untuk konsepnya konsep seperti apa eee konten yang di angkat itu biasanya dari aku.
14.	oo iya kak terkait marketing juga kak, waktu itu kang sy lihat kak di instagarm ya nextart itu ngelive juga bikin konten juga, itu ikut event	itu sebenarnya kenapa kita waktu itu ikut event pameran, adalah satu kan kita juga lagi membangun brandnya nextart nih supaya dikenal. Nah makanya kita bergabung disitu karna di event itu kita

	<p>yang dimana tuh waktu itu pihak nextart melakukan promo serta penawaran langsung terhadap pengunjung disuatu pameran , itu venet apa ya kak? Terus apa aja si kak yang kakak jelasin sama orang orang yang dateng itu?</p>	<p>bisa kenal dengan komunitas musisi, namanya nya “gitarisecperienw” jadi rata rata gitaris yang ngumpul disitu . itukan masuk ke target market kita musisi yakan.. dan disamping itukan kita juga membangun untuk memberikan edukasi dan informasi juga nestart nih apa, jadi selain ,sebenarnyan kita disitu bukannya untuk menawarkan mereka untuk maksudnya jualan ya ‘ayo masuk nextart’ gak speerti itu si, tapi kehadiran nextart disana itu memberikan informasi, setiap kali mereka datang, lewat, kita kasih informasi nextart ini itu loh . nah diari itu kan mereka bertanya lebih jauh dan dengan harapan mereka mendapatkan informasi, jadi bukan semata merta harus bergabung si tapi paling gak mereka tau dulu nextart ini apa. Mungkin saat nanti mereka butuh untuk wadah mereka mendistribusikan musik, mereka akan mencari nextart gitu.. tujuannya dalah kesitu..</p>
15.	<p>berarti membangun trust dulu kak ya, memperkenalkan agar orang paham..</p>	<p>iya, karnakan kita bukan jualan istilahnya bukan jualan yang barang gitu ya, kek contoh bmakanan kan langsung dibeli langsung dimakan,kalau kita kan enggk, jadi mereka sebekum gabung si nextart mereka harus tau dulu nextart itu apa, apalagi mereka menyerahkan karyanya, yakan. Itu berhubungan</p>

		dengan uang, royalty mereka harus tau nextart ini apa jangan sampe mereka masuk oke nih mau didistribusikan mamsuk ke aggregator ini, ternyata habis itu aggregatirnya ilang, nah karyanya itupun gak bisa balik lg gk bisa kedetek dan jgn sampe seperti itu
16.	berarti masyarakat masuk ke nextart itu repeat orderlah jadi bakal terus terus lagi	o iya pasti dong , service itu nomor 1, kalau mereka happy dengan service kita, mereka akan otomatis balik lagi dengan kita.
17.	tercapai tuh kak ya?sejauh ini?	sejauh ini iya, jadi sudah mulai banyak yang mereka secara berkala ya masukin lagi singlenya singlenya
18.	iya si kak sudah mulai banyak sy perhatiin juga di instagram	iya sudah mulai banyak, untungnya belum setahun catalog kita sudah ada sekitar 800 lagu
19.	belum ada setahun yakak?	dari february 2022, baru mau setahun . masih kurang 1 bulan lagi
20.	terus juga dari semua yang kak icha jelaskan itu informasinya menarik banget , nah terus kenapa nih kak nextart menggunakan itu semua dari strategi promosi yang kakak jelasin dari instagram,whatsapp,buat event,promosi secara langcung itu kenapa tuh kak, kenapa itu kaknextart itu menggunakan	okeyy sekarangkan gini, kita melihat marketing ini sebisa mungkin kita gunakan berbagai macam media apapun itu, memang terkadang marketing uru kan balik lagi kebudget yakan, kalau misalkan kita punya budget yang besar kita bisa jor joran, tapi balik lagi apakah efektif itukan, makanya kita mncoba mencari eee menggunakan media media eee yang kalau digunakan seminimal mungkin costnya tapi efektifnya sebesar

	<p>strategi itu</p>	<p>besarnya karna satu, informasi itu harus sampai ke target market kita, kalau kita ngomongin soal target market, siapa aja si target marketnya yang pasti satu itu mereka yang punya karya entah itu musisi composer, produser, arranger yakan mereka yang punya karya. Atau institusi atau company yang bergerak di bidang entertainment. Production house misalkan mereka juga memproduksi musik, label, artis manajemen yang mereka juga membutuhkan adanya aggregator untuk mendistribusikan musik mereka gitu, atau kalo gak company institusi, komunitas komunitas lain, kan kadang suka datang komunitas komunitas musik yang kadang mereka adatum yang entah mereka ada plan tersendiri di event komunitas itu atau apa dan mereka membuat karya juga, mereka bisa jadi kerjasama dengan mereka mendistribusikan lagu ke nextart nih, semua balik lagi ke target market kita, nah media media yang kita pake itu 1 hari bisa menjangka itu sosial media yg saat ini yang paling kuat dan paling mudah, walaupun kita pasang iklan di sosial media, biayanyapun tidak terlalu mahal gitu..dan itu bagusya lagi kita bisa set, gitu bisa set secara regional gitu ya misalkan wilayahnya mau</p>
--	---------------------	--

		dimana,jakarta only misalkan, kita bisa melihat target market kita kemana, seiring berjalanny waktu kita bisa lihat nih yang paling banyak bergaung di nextart ini yang paling banyak interest yang kek gimana sih
21.	bisa ngebaca berarti ya kak	iya bisa ngebaca, mungkin didaerahnya nih mereka sangat tertarik untuk akses . mungkin didaerahnya tidak punya yang seperti nextart,n jadi mereka ke nextart. Jadi kita bisa melihat disitu target marketnya, jadi semua media itu yang kita pakai tujuannya kesitumana yang paling bisa menjangkau
22.	menjangkau target yang dituju itu ya	iyaa, kalau yang tujuannya jakarta mudah kita bisa bikin event contoh kaya tadi pameran itu, kita dijakarta kita bisa ngegendeng komunitas gitaris itu di jakarta, tapi bagaimana yang diluar jakarta.
23.	berarti sosial media kak ya	iya sosial media
24.	cost kecil, impactnya besar kak ya. Okey kak dari semua itu apakah ada kendala kak?	kendala pasti banyak.. pasti banyak
25	contoh simplenya ajadeh kak seperti 'wah ini harus ditanganin ii'	ya sebenarnya kalo dari marketing kan yang paling paling utama yang kita rasakan ya yang tidak tercapai targetnya, kan kita tiap bulan pasti ada tergetnya yang harus kita hit gitu ya kita dapatkan misalkan contoh oo followers harus

		<p>nambah sekian, ctalog haurs nambah sekian dan kita memakai strateginya speerti ini ni dengan cost sekian karnakan kita ada hitung hitungan dengan cost yang keluar dengan pendapatnya kan,gk mungkin dong kita keluarin uang terus tapi kita gk ada uang masuk rugi dongperusahaan, kita da itung itungannya seperti itu, jadi kendala yang paling utama itu saat target kita tidak tercapai.. berarti stratgi itu tidak berhasil gak oke nih jadi kita harus cari cara lain, jadi sebenarnya strategi marketing itu harus selalu dinsmis dan harus selalu ngikutin perkembangan gituloh dan itu gk menurupi perkbangan yang viral viral apa sih yang orang diluar sana jadi heboh ,nah kita ikutan, buat apa?cuman buat menarik perhatian mereka dan mereka akhirnya datang kenextart dan akhirnya mereka cari tau ternyata seru juga nih nextart nih akhirnya bergabung, jadi kita pakai berbagaimacam cara dan itu gk bisa pakai satu atau 2 cara dan seringkali ya itu, kala tidak berhasil kita harus cari cara lain</p>
26.	di koordinasiin lagi kak ya sama team kak ya	dibicarakan lagi, oo ini gak berhasil nih pake cara lain, karna kita setiap bulan ada target dan itu kita gak menutup kemungkinan juga kita yang misalkan

		target sekian jauh banget gak tercapai, berarti bulan depan harus di ganti nih
27.	terus untuk mengatasinya hal sepele nya gimana tuhkan, untuk mengatsi kendala tersebut, misalkan gak tercapai target ini biasanya gimana si kak icha selaku PR dan marketingnya	maksudhnya gimana?
28.	misalkan target dari followers, wah gak tercapai nih dibulan ini. Itu apa si kak strateginya yang dibuat supaya meningkat followers nya	iya misalkan kita gini tujuannya untuk menggaet followers yang kita buat tujuannya itu, ternyata tidak berhasil ,jadi kita bikin promo yang mereka harus comment,share ,ngtag harus egala macam gitu ya, degan tujuan semakin banyak nih followers yang ke nextart tapi ternyata itu gk efektif. Dari situ kan kebaca berarti followers kita bukan tipe yang seperti itu nih, kita pakai caralain berarti, dan berarti eee yang ini nih kita gk bisa pake nih, kanr itu tuh hal hal yang kek gitu gk Cuma sekali ya. Kadangkan gini bulan itu gk berhasil, bulan depan kita ganti strategi,bukan berikutnya kita coba lagi cara yang itu berhasil gak nih, kalau sudah bberapa kali dicoba gk berhasil, berarti ini gak efektif berarti followers kita yang diluar sana mereka gk tertarik dengan yang seperti ini. Berarti ganti

29.	berarti menggaet narasumber narasumber yang ber exposure tinggi juga gk si kak?	oh iya pasti
30.	contohnya siapa tuh kak yang disini, exposurenya tinggi? Salah satunya mungkin	aldi taher, lagi viral . dan itu kita gandeng dia jadi memang itu balik lagi ya kita kan memang dari awal sudah mengedukasi user user kita artist artist kita mereka konsisten dalam membuat karya, konsisten juga di sosial media karna itu juga membantu. Dan kalau melihat dari aldi taher dia sangat konsisten baik dalam posting maupun berkarya memang efeknya otomatis ya saat dia melakukan itu otomatis akan ke nextart juga kan
31.	terus kenapa nih kak alasannya nextart ini memilih instagram?	alasan nya tai itu, untuk saat ini sosisa medai yang orang banyak pakai intagram dama tiktok,tapi tiktok ini memiliki regulasi yang agak susah untuk di ikutin kita melihat instgaram lebih mudah dalam hal adaptasi yang kita gunakan, kalau tiktok ini kadang masalh audio ,terus nanti merka mute atau apa gituka jadi sering akli kek gitu, wah berarti gk bisa nih sering kali audionta di mute sednagkan di instagram bisa lebih bebas ke gitu gitu karna kan kita gk bisa konten itu hanya video tanpa suara yakan. Nah terkadnag tiktok itu eee ya kita masih mempelajari si memang ada regulasi di

		<p>tiktok yang dia lebih ketat yang maknanya kita fokusnya ke instagram yang dimana instagram itu lebih mudah lebih bisa apa ya, lebih mudah di kelola terus adaptive dengan konsepnya kita. Sbetulnya kita juga butuh tiktok loh tiktok itu marketnya besar, maknanya ada video video kita yang kita lempar juga ke tiktok gitu, jadi gk semuanya di instagram.</p>
32.	<p>jadi suatu saat akan menambah keseluruhan platform kak ya</p>	<p>harus harus sebenarnya kita gk harus fokus di 2 itu karna masih ada juga di FB di youtube dengan konten, semua balik lagi ke brand awarenessnya nextart harus muncul di semua sosial media, walaupun kita belum bisa semua sosial media kita gerakin secara bersamaan karna satu, team terbatas kita gerakin dulu mainnya kemana nih yg sisanya pelan pelan kita naikin</p>
33.	<p>apa lagi nextart masih startup ya kak</p>	<p>jatuhnya masih startup</p>
34.	<p>terus nih kak pertanyaan terakhir, bagaimana si kak cara khalayak mendistribusikan karya musiknya di nextart kak?</p>	<p>yg pasti itu dia harus punya karya dong ya, dan karyanya itu harus sesuai sama standart, standart audio yang diminta karna kita berhubungan dengan standart audio yang di internasional gitu ya mereka punya standart, kaya filenya harus WAV harus 16/24bit trs frekuensi harus 441 itu harus standart</p>
35.	<p>berarti gk boleh sembarangan</p>	<p>dibawah itu atau diatas itu gk bisa, nah</p>

	kak?	terus yang kedua kualitas juga secara cover , kan lagu pasti adad covernya yakan, cover art disebutnya,cover lagu,cover single cover album gitu ya nah itupun juga harus standart juga lagi klo terlalu low resolusinya pecah pecah pixelnya itu pasti akan di tolak
36.	otomatis sistem itu enggk bisa nih, gitu ya	iya, tidak akan lulus QC quality control tidak akan lolos ,jadi harus punya itu dulu, klo itu udh standart sebenarnya mudah, tinggal bikin akun di web nextart, setelah itu login dan semua proses ada disitu tinggal ikutin aja, tinggal upload isi meta data semuanya sudah disitu
37.	itu easy use gampang lah kak ya digunain?	iya mudah digunain klo misalkan ada kesulitan tinggal kontak aja ke support nanti akan di bantu, tapi memang 1 yg harus dihighlight itu karya yang memang berijin ya,karna klo karyanya tidak ada izinya misalkan comot dari lagunya orang. Itu secara sisetem akan terdeteksi karnakan kita disini ada namanya kode lisensi ya, tiap lagu punya kodenya sendiri dan klo misalkan kode itu ternyata udah ada dia upload lagi itu akan terdetek
	oo itu lah gunanya yang tadi kk jelasin nextat itu sebgai wadah untuk menyebarluaskan	iya sebenarnya klo dari aggregator itu sudah dapat otomatis denga upload rilis melalui aggregator akan dapat kode

	<p>lagu dan publisher itu untuk melindungi lagu itu kak ya</p>	<p>lisensi lagu itu nah koo dia bergabung di publisher akan dapat kode lagi . jadi gini, klo yang didapatkan aggregator itu kan kodenya ada 2 ISRC dan UPC itu kata KTPnya si lagu , degnan dia bergabungnya di publisher akan dapat kode baru lagi itu untuk komposing, jadi walaupun eee klo yang tadi tuh ISRC dan UPC itu kan lagu yang identikreupload lagunya sama persis itu otomatis lagunya terdeteksi tapi klo misalkan klo lagunya orang cover gk terdeteksi, karna aransement beda, penyayi beda gk terdeteksi nah kalau misalkan under publisher akan ada lagi kode yang itu berupa komposing itu kode iu lisensi yang akan mendeteksi kalau ada lagu yang istilahnya dinyanyiin ulang di cover ,karna dia akan mendeteksi dari nada, dari chord,lirik jadi dia lebih ke compos nya walaupun lagunya udah berubah aransementnya yang darinya ngpop tiba tiba jadi dangdut misalnya tetep bisa terdeteksi dengan adanya kode itu nah itu yang mlindungi</p>
38.	<p>yang melindungi para user nextart ini ya ka ya, terus juga klo misal kita udh upload kak, secara sitematis kita udh memadai itu proses untuk</p>	<p>sbebarnya kalau dari umumnya secara peraturan internasional 14 hari kerja, tapi memamng kadang bisa lebih cepat</p>

	muncul di DSP kaya spotify dll itu berapa lama ya kak?	
39.	ada pengecualian ya kak	iyaa, kalau lebih cepat bisa kita bantu gitu loh jadi bisa lah misalkan seminggu gk 14 hari 7 hari mau rilis, bisa.
40.	berarti bisa di ubrolin lagi ya	iya bisa di obrolin lagi, tapi selama dengan cacatan ya standarnya itu lolos semua nih standart audio standart cover tidak ada masalah QC lancar , tapi kalau misalkan bermasalah. Kita gk bisa mnejamin itu bisa 7 hari karna kalau sudah tidak lolos QC otomatis akan di balikin lagi ke User, user harus Upload ulang dengan yang sesuai sama standart yang diminta. Misalkaya coverart pixelnya terlalu rendah terlalu blurr gitu yaa nah ini harus upload baru kasih ke kita lagi dengan yang kualitasnya sudah yg high res
41.	digambarnya katanya saya pernah denger denger tuh kak kalo misalkana da tulisan yang aneh di tolak juga ya?	di tolak, karnakan tidak boleh ada unsur mengandung kaya sara lah ya di indo.. itu tidak boleh trs tanda tanda kaya logo yang istilahnya kaya misalnya kaya logo nazi , ada logi tidak boleh trs kata nama nama hastag apa gitu ya misalkan kaya ini nih ig kita ini dimasukin gk bisa jadi situ hanya bolleh klo mau ada tulisan harus dengan sesuai degnan judul dan penyanyinya jgn ada di luar itu kaya

		misalkan sosial media nya namanya siapa nih hehehe misalnya andhika pratama, ada @ nya depannya nah itu gk boleh.
42.	ya mungkin segitu kak pertanyaan sy untuk kk untuk wawancara ini, terimakasih banyak kak untuk waktunya sama jawabannya cukup membantu. Mungkin sekian kak terimakasih	Iya sama sama



Wawancara 2 (Informan)

Nama : Rere Hari

Jabatan : Digital Marketing

Tempat dan Waktu : Jl. Kudus No.3, RT.6/RW.6, Dukuh Atas, Menteng, Kec.

Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota

Jakarta 10310. Jum'at, 13 Januari 2023 Pukul 14.00 Wib.

No.	Informan	Jawaban
1.	eee selamat siang, perkenalkan nama saya andhika setya pratama saya mahasiswa universitas nasional jurusan public relations, kali ini sy berkesempatan wawancara bersama pihak nextart yaitu yang bernama mas rere hari, mas rere hari posisi sebagai apa si mas di nextart ini?	digital marketing
2.	oke mas, jadi mas kemarin itu sy sudah nanya juga ya mas sama Prnya kak icha sy udh nanya terkait nextart itu apa dan juga bagaimana dari segi public relationsnya itu seperti apa, semuanya sudah dijabarkan. Nah pada kesempatan kali ini sy mau tanya sama mas rere nih selaku digital marketing terkait nextart, cuman bukan dari sisi nextartnya nih lebih kaya di	kalau menurut saya pribadi ya, apakah sosial media nextart selaku distributor musik digital sudah berada di kompetitor?ee menurut sy si tergantung mau kita bandingkan dengan apa ya, soalnya di indonesia sendiri kan sudah dari beberapa tahun yang lalu sudah ada rajanya udh ada yg punya taring lah

	indonesia ini kan ya ni menurut kak rere nih dari segi instagramnya, kalau kemarin dari nextartnya. Apakah nextart ini selaku distributor musik ini sudah ada diatas dari kompetitornya yang ada di indonesia?	
3.	siapa tuh mas?	kaya aa apa ya BELIEVE mungkin, sama mungkin kalau mau dibandingin apple to apple bisa kita tandemin berseblahan mungkin untuk saat ini sy rasa lebih ke SOUND ON
4.	Netrilis indo juga ya ?	Netrilis mungkin dia menangnya udh peggang artis besar, kalau misalkan netrilis mungkin bukan untuk mengecilkan apa gimana kita bisa dibidang untuk saat ini tandemnya di SOUND ON.
5.	berarti udh diatas lah ya gk bisa dipungkiri	iyalah yaa, hehehehe agak sombong ini
6.	memang harus seperti itu kan mas, mas sendiri yg menaungi itu jd klo memang bagus ya bagus	yak betul
7.	okee mas, yang ke dua kan nextart ini kan aktif di instagram apa aja si konten yang ada di instagram nextart yang cukup tinggi peminatnya?	konten yang cukup diminatis sebenarnya kalau misalka kita bahas soal musik yan, musik itu eeee cangkupannya luas konten yg kita gunain juga informatis orang indonesia udh tau sendirilah ya males baca kalau kita kasih subtttitle pun

		<p>kadang orang suka males denger males baca cuman buat iyakk,, kalo dari segi instagram sendiri kita itu butuh tiga sampe 5 detik di awal untuk ngaet sampe akhir video dan isi kontennya sendiri kebanyakan rata rata yang banyak di makan sama pasar di instagram nextart itu justru bukan informatif</p>
8.	apa tuh?	<p>konten konten yang kaya misalkan ada tamu , adaaa apa podcasrt kek gitu lebih diminati. Ketimbang kita ksh yang informatif ya gitu</p>
9.	jadi mereka tuh pada interest sama narasumber yang di undang itu ya	<p>jadi selain apa ya, gunanya juga bisa ngaet kepercayaan dari user user , lebih kesitu si. Agak agak ajaib juga si kalau misalkan dimedia sosial yang lain kan rate yang tertinggi kan dari informative nya sedangkan di instagram nextart sendiri informativenya itu agak kurang sebenarnya kalau dari beberapa bulan ini</p>
10.	mungkin ada faktor digital marketingnya kah yang mengeditnya?	<p>bisa jadi ya, antara orang orang yang masih balik balik keselera ya, kalau kita bahas dari strategi design isi materio balik lagi kita bahas keslera kita sulit juga untuk memukul rata selera orang sama sama kita</p>

11.	okeyy berarti nih nextart juga gunain iklan juga ya mas rere di instagram itu?	iya
12.	iklannya si biasanya iklan apa si mas?	<p>justru kalau misalkan untuk strategi di awal itukita ngebikin branding ya biar orang makin banyak tau iklan yang digunain justru bukan tipikal tipikal apa si bukan yang hard selling kek ee promo lah anggaplah kita kek hard selling gitu justru yang digunain di awal awal itu lebih kaya ee kita kasih infirmative di awal tapi call to actionnya di belakang</p>
13.	emm point poitnya lah ya, kek tujuannya itu	<p>kek misalkan kenapa si musisi itu harus konsisten bermusik nah di endingnya kita tarik call to actionya Jjadi supaya ee sebenarnya ads yang di gunakan itu juga untuk untuk menjangkau lebih ya kaya orang orang yang belum tau nextart tujuannya lebih di utamakandiletakan disitu point utamanya jadi kita bukan untuk mengaet user yang baru, itu bonus. Kalau misalkan kita bisa berhasil sampe ke maluku, sulawesi,terus bonusnya kita bisa sapet orang orang maluku yang terakhir dhika tau kek siapa ivan suardi,itu kan lagu lagunya keren bener tuh iya makassar tuh bukan</p>


		maluku itukan keren benern tuh bisa menjangkau sampe sejauh itu lebih ke user baru biar orang lebih tau, kalau misalkan untuk ads yang digunakan
14.	berarti overall sampai saat ini udah berkembang lah ya udh ee hampir tercapai atau sudah tercapai nih targetnya?apa masih bakal terus target targetnya?	kalau dari target target mah eeee namanya manusia mah kurang terus yak yang yang kit acangkep dan kita harap di atas ekpektasi udah
15.	udah tercapai lah yaa di atas ekpektasi	iya, kalau dari jumlah postingan ads yang kita pake iya, tapikan kaga semua orang indonesia itu punya lagu karna semua yang punya apa sii nyanyi bener bener nanya maksudnya
16.	terus nextart ini, selain di instagram ada iklan dia suka bikin promo gak si kak?ada	ya tiap bulan itu ada, rata rata ada promo kaya tahun kemarin kita ada flash sale yang kaya eee tiga lagu gratis satu lagu untuk kasarnya,jadi dikemas kaya upload 3 lagu bayarnya 4 lagu Cuma di perhalus aja
17.	strategi marketing juga brarti ya	iya , padahal itu mah bayar 2 gratis 2 kaya gitu doang, selebihnya mah kaya dikasih discount aja gitu soal e orang indonesia lebih seneng sama yang discount gratis nahn satu lagi tuh kalo boleh di bahas klo yang gratisan
18.	apaan tuh?	musisi indonesia eee pengenny ee royaltyny transparant, dapet banyak hal dari aggregatorny tapi kaga mau

		bayar biaya registrasinya maunya gratis
19.	ada yang ke gitu mas?	banyak si, banyak pak bu
20.	seharusnya itu salah satu teguran juga mas yak buat orang orang	 <p>sebenarnya kita udah kasih benefit yang kaga dikasih dimana mana ketimbang aggregator dari aggregator eee dari segi transparant pun kita kasih data data secara real time sedangkan di tempat lain data datanya gak dikasih, itupun royaltynya kadang kadang 30/70 kemungkinan besar kalau misalkan datanya kaga di keluarin juga kan mungkin 50/50, 50/40 sedangkan mereka berani bayar di tempat yang kek gitu kalau di nextart sudah dikasih transparant data data sudah segala macam di kasih ya banyak benefit lah di nextart itu mereka mintanya gratisan, kecuali kalau misalkan mereka mau bagi hasil okelah kita 30% mereka 70% gpp dah kasih gratis begitu, kalau mereka mau ke gitu mah kaga masalah juga</p>
21.	remainder untuk para musisi musisi, terus juga td kan sudah dijelaskan juga nih mas rere terkait promo di instagram ada juga, terus selian di instagram nextart ada gak si promo di tempat lainnya, whatsapp lah	yak kalau misalkan di whatsapp itu udah pasti yaada promo tiap bulan kek gitu pasti di sebar juga ke user user ke customer customer yang sudah ini udah udah apa si bahasanya yang ngisi survey lah kalau di website,

	atau apa bikin acara gitu ada gak?	kalau misalkan apa satunya tadi maaf
22.	promosinya, si whatsapp atau di pameran acara gitu	nah iyak kalau diacara terakhir kita bikin kaya acara next community, lebih ke ngasih tau bagaimanca cara promo promo di spotify, bagaimanancarnya eeekalau misalkan lo punya lagu jangan di diemin aja. Lu pasang ke di instagram story, lu tag deh siapa siapa kalau misalkan lu punya lagu tapi lu diemn doang berharap orang organic ya maksudnya ,berharap organic yang bener bener ngplay musik lu tanpa tau profile lu kan susah,alam memang apa ya bahsanya alam memang ehh alam menyeleksi pendengar musik tapi ya kita tetep posting dan tag tag orang juga, biar orang ada yang repost orang makin banyak yang tau
23.	berarti harus di taro juga yam karna lagu bukan saham bisa naik jg ya kalau belum ditaro, dipameran berarti sudah tercapai kemarin tuh ya target targetnya	kalau di pameran sendiri si itu targetnya lebih ke personal branding ya ibarat kata oo ada aggregator nih tampil diacara acara musik, atau misalkan acara acara yaa kebanyakan acara musik ya,pastinya kita pengen capai kan user yang oengen rilis lagunya di nextart gitu
24.	terus dari semua itu ada kendala gk si, dari segi marketing, dari segi marketing di instagram lah ya	kalau misalkan untuk kendala, mau dimanapun bidang atau posisieee proses masih ada kendala ya kek

	sendiri, ada kendala gak atau ada kek suatu hal yang aduh ini gimana lg ya problem solvenya gimana di instagram	misalkan instagram kendalanya ya pasti kalau misalkan influencer pasti nyebutnya tarffic traffic, apa lagi ya bahasanya gua gua agak ingat eee
25.	<p>algoritma gitu</p> 	<p>aa iyak algoritma, selalu bahas dengan algoritma , sedangkan algoritma itu gk ush sebulan sekali kadang seminggu dua minggu tiga minggu itu kan berubah terus, itukan salah satunya udh jadi kendala ya terbesar disosial media, cara mengatasinya yak kalo gua personal si, kita gk ush terlalu ngikutin algoritma itu kita bikin algoritmas sendiri tapi tetep dengan pakem yang algoritma yang berjalan, jadi kita menyesuaikan algoritma kan ee bukan berarti bisa tamplek plek kita pake dibidang yang kita gunakan ya jadi, mau gk mau kita bikin algoritma kita sendiri algoritma yang lagi jalan kek gimana kita sesuai, udah kita bikin sendiri pakemnya, bukan melawan arus juga ya. Jangan sombong hehehe</p>
26.	melawan arus tapi tertata lah ya sesuai	kita punya , bikin sendiri algoritmanya jgn terlalu mengandalkan algoritma yg fyp viral
27.	terus berarti dari strategi itu kendala dari algoritma dari teknis, cara	itu tadi yang gua bilang, jangan ngelawan arus sungai tapi kita

	<p>ngatasin algoritma itu . algoritma udh dijelasin juga wah itu yang lumayan ada kendala itu gimana ngatasinya selain kita ngikutin pakem apa ada strategi sendiri dari nextart gitu?</p>	<p>berdikari itu berdiri dikaski sendiri anggaplah di sungai kita lagi berdiri kan sungai lumayan deres tuh yaudah jalan aja pelan pelan alurin aja , sedangkan algoritma ke air sungainya deres kan mau kita lawan kita keluar effort banyak mau kita ikutin kitanya cape juga mau gk mau kira bikin algoritma sendiri kita jalan aja pelan pelan asal kita kaga hanyut aja , jagan sampe hanyut sama algoritma , berat itu algoritma</p>
28.	<p>oo berarti harus punya equipment untuk melawan algoritma itu, bukan melawan melewati lah ya</p>	<p>iya sampe kita punya titik pakemnya sendiri o algoritma kita begini pakem yang kita gunain begini dengan yang konten begini design , kalau design standart aja lah ya tetgantung selera yang banyak dimakan sama pasar indonesia disemua umur kek gitu itu targetnya</p>
29.	<p>terus alasanya apa nih memilih instagram sebagai wadah dari nextart untuk ee mempromosikan lah ?</p>	<p>kalau misalkan kenapa instagram ee sebenerny pro contra ya , instagram ini orang pengen di likes dan mau ngelikes itu fakta dan saya pun begitu hehehe itu fakta no satu dan itu juga kenapa milih instagram ee instagram sebelum tiktok ini menjamur kita tau sendiri dia sampe di beli sama facebook karna trafficnya bener bener gila dan user</p>

		<p>yang pake pun politik segala macem itu sangat sangat cepet kan eee transfer data informasinya dari instagramnya itu sedangkan untuk ads nya sendiri di instagram itu bisa dibilang murah, terjangkau terus kita bisa set set segala macamnya itu lah lebih tertata, lebih apa ya bahasanya kalau kita nembak itu apa ya on point ya, lebih mengerucut lebih spesifik. sedangkan untuk comparasi aja si kalau misalkan tiktok saat ini jauh bener bener di atas instagram kalo kacamata saya pribadi ya</p>
30.	by data itu?	<p>iya jauh diatas eee untuk inilah yang gampang kita lihat pake mata ya kalau misalkan live di instagram followers lu yang asli 12rbtapi yang fakenya 5rb lu live paling yang dateng itungan jari, sedangkan di tiktok itu di roll terus , orang yang ngswipe swipe scroll itu pasti muncul di dia</p>
31.	pasti kemungkinan kena ya?	<p>iya, sendangka gua udah ngebuksiin itu di live mau gk mau kan kita harus coba kan ya live gaming kek gitu ya followers gua nol kan syarat live di tiktok itu seribu minimal, itu gua eee bot lah beli lah bahasa bahasa gampangnya.untuk gua ngetest live</p>

		itu yang nonton gua pernah tembus seribu
32.	seribu? Iru padahal Cuma bot ya ibaratnya kasarnya gitu	iyaa , yg followersnya requirment standart standart izin buat live, gua pernah tembus seribu live sejam kenapa gua bisa ngebuktiin tiktok itu lebih powerfull , gak tau dah 2023 ini youtube bisa ngancurin algoritma yang digunain tiktok atau enggak, sedangkan instagram kan mungkin regulasi yang baru bermacam-macam fitur yang baru keknya belum bisa instagram ngehajar tiktok
33.	tapi si gak ada yang tau si kaya kasusnya twitter kek tiktok aja deh baru muncul tiba tiba bisa nhighlight kalo youtube bikin inovasi baru	youtube sayangny , untuk reels itu minimak seribu subscriber sama 15M view reels eh reels, short. Sorry musti 15 M itu requairment udah udah gila duluan kan di awal sednagkan di tiktok lu gak perlu pakai segitu banyak, cuman minimal followers lah kalau misalkan untuk live masih gak bisa di bit ama yang laen, contoh dah instagram shop sama tiktok shop jomplangnya jauh
34.	nextart merambah ke tiktok juga gak?	iyaa, nextart merambah ke tiktok itu mencari celah kek gimana algoritma musik ini bisa masuk di platform tiktok kek gitu kek gimana caranya konten informative itu nyamer lebih luas ya gk muluk muluk ya untuk

		user yang upload lagu itu bonus , kalau misalkan famous ee apa si ee nyari nama dulu lah kita di tiktok gimana itu lah sebelum kita bisa beridiri lebih kuat, tapi instagram tetep the best si
35.	instagram tetep the best ya. Maka dari itu nextart memilih instagram sebagai salah satu wadahnya	walaupun sudah mulai bergeser ya
36.	terus nih terakhir nih, terakhir ya kemarin dari kan icha udah, sekarang dari mas rere juga nih. Bagaimana si masyarakat semua khalayak nih mendistribusikan karya musik di nextart? Mau yang lampau yang baru boleh	kalo untuk distribusi karya udh pasti www.nextart.id udh pasti ya, udah transparant royalty dikasih dashbord tanpa lu punya tiga lagu kaya di
37.	yang lain lain heheheh	hampir keceplosan merk, iya kaya yang di tempat lain kaya gitukan ee dari website ee sebenrnya si website nextart.id recananya besok ya sabtu sama minggu kan mau maintenance kita mau ada tampilan UI baru , fiture fiture baru gitu kan jadi kalau misalkan proses pendistribusiannya keknya kalau misalkan saya ngejelasin untuk versi yang lama tiba tiba ntar keluar yang baru kan sayang juga nih gua ngejelasin yang baru kan
38.	domain nya sama?	domainya tetep sama, kita berubah dari versi tampilan UI nya

39.	o berarti untuk mendistribusiin bisa langsung ke nextart aja www.nextart.id disana udahjelas ya mas rere	iya eee nanti dibikin tutorial juga lah supaya user user kita yang di instagram atau tiktok facebook gitu youtube bisa lebih gampang dan cepat dimengerti kek gitu
40.	okee mas rere hari selaku digital marketing terimakasih banyak buat jawabannya sama untuk waktunya	sama-samaa



LAMPIRAN STRUKTUR ORGANISASI



LAMPIRAN DOKUMENTASI PENELITIAN



LAMPIRAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP

ANDHIKA SETYA PRATAMA

Jl. Menteng wadas utara rt.009 rw.011 no.31 Kel. Pasar Manggis Kec. Setiabudi

Jakarta Selatan, Indonesia.12970

DATA PRIBADI

Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 3 Maret 2000

Jenis kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Status menikah : Belum Menikah

Warga negara : Indonesia

KETERAMPILAN:

- Keterampilan Komunikasi Yang Baik
- Dapat Bekerja Dalam Team
- Kecerdasan Emosional
- Manajemen SDM
- Kejujuran

PENDIDIKAN FORMAL:

- Universitas Nasional (Public Relations). Jakarta, Indonesia | 2019-Sekarang
- SMKS Karya Guna (Tehnik Kendaraan Ringan). Jakarta, Indonesia |2015-2018
- SMPN 67. Jakarta, Indonesia | 2012-2015
- SDN Pasar Manggis 01. Jakarta, Indonesia |2006-2012

PENGALAMAN KERJA:

- Magang Plaza Toyota (mekanik) Oktober- Desember 2017
 - Pramuniaga 2018
 - Announcer Unas Radio 2019 - 2022
 - Program Director (Ketua) Unas Radio. April 2021 – April 2022
-

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

24%
SIMILARITY INDEX

24%
INTERNET SOURCES

6%
PUBLICATIONS

%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	sasanti.or.id Internet Source	1%
2	accurate.id Internet Source	1%
3	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
4	digilib.isi.ac.id Internet Source	1%
5	docplayer.info Internet Source	1%
6	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
7	123dok.com Internet Source	1%
8	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
9	repository.metrouniv.ac.id Internet Source	1%