

ABSTRAK

Agnes Indah Riyadi (01061170020)

ANALISIS STRATEGI *POSITIONING*, *DIFFERENTIATION*, DAN *BRAND* KELOMPOK MUSIK DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN KARIR DI INDUSTRI MUSIK INDONESIA (Studi Kasus Terhadap Kelompok Musik KAHITNA)

(xii + 70 halaman: 22 gambar; 3 tabel; 4 lampiran)

Kini perkembangan musik berjalan sangat dinamis. Hal ini ditandai dengan banyak munculnya musisi pendatang baru dan tren musik yang semakin variatif dan unik. Meski demikian terdapat sebuah kelompok musik yang sudah berdiri sejak lama hingga saat ini masih berkarya dan aktif tampil dalam berbagai konser musik yaitu Kahitna. Tak hanya itu, hingga kini lagu-lagu Kahitna masih dinikmati dan dinyanyikan oleh berbagai generasi tanpa meninggalkan semangat dalam zaman tertentu. Kelompok musik yang telah konsisten berkarya selama 35 tahun tentunya membutuhkan strategi yang tepat dalam mencapai kesuksesan tersebut. Hal ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Kahitna dalam mempertahankan karir di industri musik Indonesia. Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa hasil wawancara dengan Yovie Widianto selaku pendiri, pemimpin, dan anggota dari Kahitna serta Firman Hidayat selaku CEO dari YWMF (Yovie Widianto Music Factory) yang di dalamnya menaungi tim manajemen Kahitna. Hasil penelitian ini adalah kelompok musik Kahitna telah menerapkan strategi *positioning* dan *differentiation* secara optimal sehingga Kahitna mempunyai *brand* yang kuat dalam benak masyarakat.

Kata kunci: Kahitna, kelompok musik, konsisten, strategi pemasaran, Yovie Widianto

Referensi: 36 (2002-2020)