BAB 5

A. Simpulan

1. Developing Record Label

FFWD Records dan Hema Records telah menyusun beberapa point penting yang sudah mereka tentukan sebelum nantinya membentuk sebuah label rekaman. Point – point penting ini nantinya akan membantu kedua label ini untuk menyelesaikan masalah yang mereka hadapi. Setelah point – point penting ini disusun FFWD Records dan Hema Records menyusun bauran pemasaran dan juga bauran promosi.

2. Segmentasi, Targeting, Positioning

FFWD Records dan Hema Records memiliki segmentasi, dan targeting yang berbeda. Segmentasi FFWD Records lebih kepada *audience* yang lebih umum dan tidak terfokus pada satu titik. Sementara itu, Hema Records justru cenderung lebih segemented. Segmentasi Hema Records lebih kepada mereka yang menyukai musik – musik yang jarang didengar oleh *audience* umum.

Hal yang membuat mereka sama adalah sisi positioning. Kedua perusahaan rekaman ini sama – sama label rekaman yang bersifat *independent*. Hal ini yang membuat FFWD Records dan Hema Records berbeda dengan *major label* yang ada di Indonesia.

3. Bauran Pemasaran

FFWD Records dan Hema Records dalam bauran pemasaran memiliki perbedaan yang sangat telihat, mulai dari produk, harga, tempat pendistribusian, hingga promosi. FFWD Records sebagai label rekaman *independent* yang ada di Indonesia memilih untuk membuat produk berupa CD dan Kaset seperti pada umumnya. Hanya saja, untuk edisi khusus seperti *boxset*, FFWD Records membuat kemasan dalam bentuk yang unik sehingga menarik minat dari konsumen. Untuk harga FFWD, menaruh harga mulai dari 50 ribu rupiah hingga 380 ribu untuk sebuah piringan hitam. FFWD menggunakan sistem *wholesale* untuk sistem pendistribusian mereka. Untuk tempatnya sendiri, FFWD tidak

memiliki kriteria khusus. Sementara itu FFWD Records menggunakan media *online* dan *offline* untuk promosi produk mereka.

Hema Records lebih kepada produk yang tidak konvensional. Hal ini didukung dengan produk – produk Hema Records yang selalu diproduksi dengan menarik. Mulai dari kemasan, hingga *artwork* dari CD ataupun Kaset yang mereka cetak. Untuk masalah harga, Hema Records menaruh harga mulai dari 20 ribu hingga 200 ribu. Produk yang dikeluarkan Hema Records pun lebih bersifat *limited*. Hema Records menggunakan sistem *stockist* untuk pendistribusian mereka, sementara itu Hema Records lebih memilih kepada toko yang memiliki sistem penjualan yang baik, dan juga toko dengan *branding* yang baik. Untuk sistem promosi, Hema Records juga menggunakan media *online* dan *offline* untuk promosi setiap produk yang mereka keluarkan.

4. Bauran Promosi

FFWD Records dan Hema Records menggunakan bauran promosi yang berbeda. FFWD Records memilih media *online* seperti Facebook, dan Instagram untuk media sosial. Spotify, Joox, Youtube, dan *official webite* milik FFWD Records. Hema Records lebih menggunakan Facebook dan Instagram untuk media sosial, sementara itu media berbasis *streaming* yang digunakan oleh Hema Records adalah Bandcamp.

Untuk promosi dalam bentuk *offline* FFWD Recods lebih kepada penjualan *merchandise* seperti kaos dan juga bonus yang bisa didapatkan dengan membeli produk dalam kemasan *boxset*. Hema Records lebih menjual *merchandise* dalam bentuk kaos, poster, dan juga bonus *merchandise* yang bisa didapatkan dengan membeli produk dalam bentuk *bundling*.

Hema Records dan FFWD Records menggunakan media *show* dari band – band yang ada dibawah naungan mereka. Bedanya adalah, FFWD Records lebih kepada *show* atau *gigs* yang mereka kerjakan secara pribadi, sementara Hema Records lebih kepada *tour* atau *show* yang diisi oleh band – band dibawah naungan Hema Records.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini lebih kepada penelitian yang belum bisa lebih mendalam tentang bagaimana mereka mampu bersaing dengan *major label* dan juga tentang sistematika label rekman *independent* yang harus mengelola band – band yang berada dibawah naungan mereka agar tetap menjaga esensi dari kata *independent* itu sendiri. Karena saat ini sulit membedakan antara mana band yang masih menjaga esensi *independent* tersebut, dan mana yang sudah *major* atau menjadi band besar di Indonesia.

Hal ini dirasa penting mengingat beberapa band yang bekerjasama dengan *major label* pun masih banyak disebut dengan istilah *indie band*. Sementara itu disisi lain, ada band yang masih berada diskena bawah tanah yang masih patut untuk disebut dengan *indie band*.

C. Saran

Peneliti memberikan saran kepada beberapa pihak terkait, yaitu:

a) FFWD Records : merubah sistem penjualan mereka agar produk yang mereka produksi dalam jumlah besar tidak menjadi percuma. Hal ini dikarenakan peneliti melihat kurangnya penjualan rilisan fisik FFWD Records dibandingkan dengan *audience* FFWD Recors yang jauh lebih banyak mengakses *platform online* seperti Spotify, dan Joox untuk mendengarkan lagu – lagu dari band – band yang berada dibawah naungan FFWD Records.
b) Hema Records : mempertahankan identitas label yang sudah ada dan melekat pada Hema Records. Menurut peneliti, identitas yang saat ini sudah dimiliki oleh Hema Records membuat setiap rilisan dari Hema Records terasa lebih berbeda dibandingkan dengan rilisan dari label lain.
c) Penelitian Selanjutnya : semoga penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang mengambil tema tentang komunikasi pemasaran terpadu bagi sebuah perusahaan musik.