

**IMPLEMENTASI PEMASARAN KARYA SENI MUSIK
SECARA DIGITAL PADA KANAL YOUTUBE LURAH MUSIC**



PENGKAJIAN SENI

Oleh:

Rachel Sunu Swastika

NIM 1810136026

PROGRAM STUDI S – 1 TATA KELOLA SENI

JURUSAN TATA KELOLA SENI

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN

INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2025

**IMPLEMENTASI PEMASARAN KARYA SENI MUSIK
SECARA DIGITAL PADA KANAL YOUTUBE LURAH MUSIC**



PENGKAJIAN SENI

Oleh:

Rachel Sunu Swastika

NIM 1810136026

Tugas Akhir ini Diajukan Kepada Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai

Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang

Tata Kelola Seni

2025

Halaman Pengesahan

Halaman Pengesahan

Tugas Akhir Skripsi Pengkajian Seni berjudul:

IMPLEMENTASI PEMASARAN KARYA SENI MUSIK SECARA DIGITAL PADA KANAL YOUTUBE LURAH MUSIC

Diajukan oleh Rachel Sunu Swastika, NIM 1810136026, Program Studi Tata Kelola Seni, Jurusan Tata Kelola Seni, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 10 Juni 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing I/Ketua Tim Penguji



Dr. Trisna Pradita Putra, S.Sos., M.M.
NIP. 19861005 201504 1 001

Pembimbing II/Anggota Tim Penguji



A. Sudjud Dartanto, S.Sn., M.Hum.
NIP. 19760522 200604 1 001

Cognate/Anggota Tim Penguji



Dr. M. Kholid Arif Rozag, S.Hut., M.M.
NIP. 19760521 200604 1 002

Ketua Jurusan/Program Studi Tata Kelola
Seni/Ketua Penguji



Dr. Trisna Pradita Putra, S.Sos., M.M.
NIP. 19861005 201504 1 001

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Muhammad Sholahuddin, S.Sn., M.T.
NIP. 19701019 199903 1 001

Halaman Pernyataan

Halaman Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rachel Sunu Swastika

NIM : 1810136026

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir skripsi (~~Pengkajian/ Penciptaan/ Perancangan*~~) yang saya buat ini benar-benar asli karya saya sendiri, bukan duplikat atau dibuat oleh orang lain. Karya skripsi ini saya buat berdasarkan kajian langsung di lapangan sebagai referensi pendukung juga menggunakan buku-buku yang berkaitan. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, ~~23~~ Juni 2025

Hormat saya,



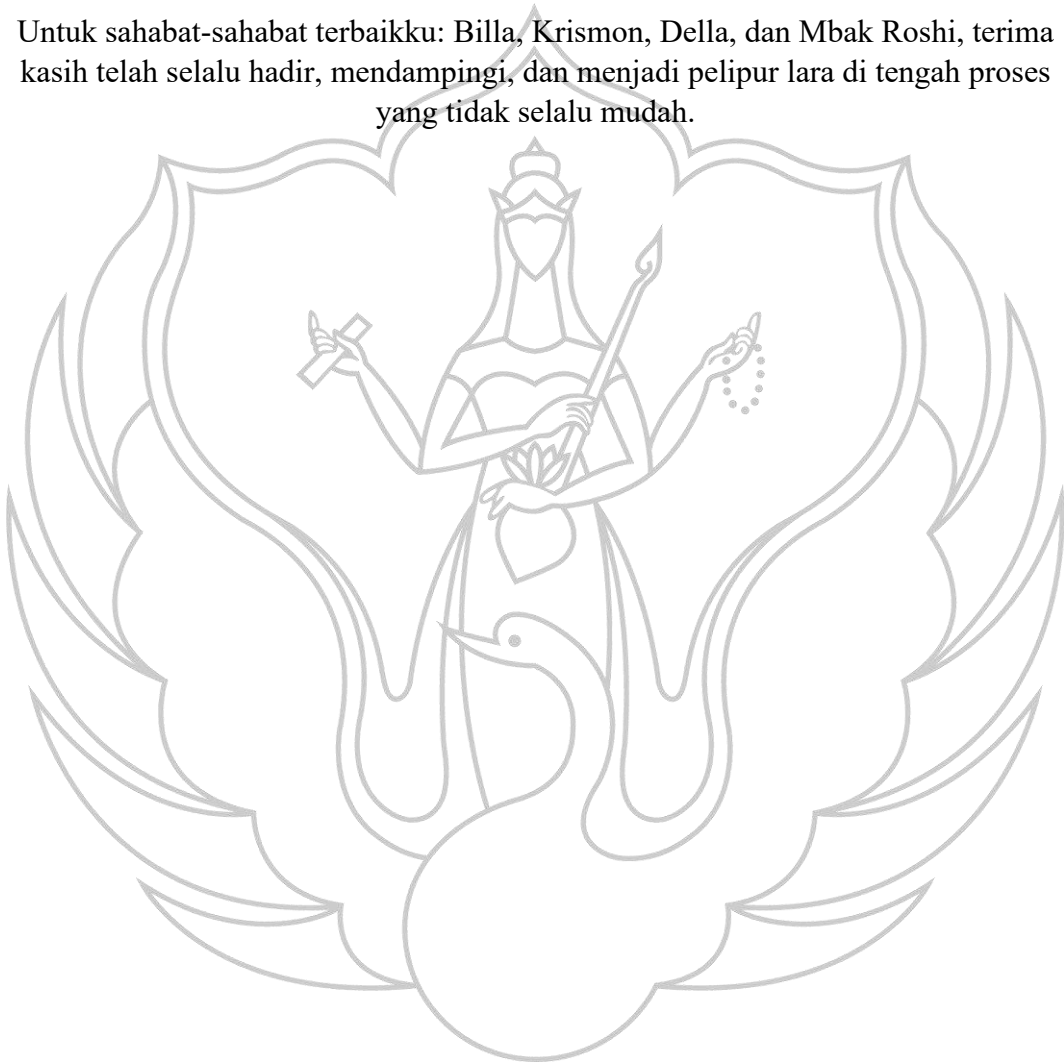
Rachel Sunu Swastika

Halaman Persembahan

Tugas akhir ini saya persembahkan dengan penuh cinta dan rasa syukur kepada:

Ayah dan Ibu tercinta, serta adikku tersayang, yang tak pernah lelah memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang tanpa batas yang menjadi sumber kekuatan dan semangat saya dalam menyelesaikan setiap langkah perjalanan ini.

Untuk sahabat-sahabat terbaikku: Billa, Krismon, Della, dan Mbak Roshi, terima kasih telah selalu hadir, mendampingi, dan menjadi pelipur lara di tengah proses yang tidak selalu mudah.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan Rahmat, karunia, serta kemudahan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Karya Seni Musik Secara Digital pada Kanal YouTube Lurah Music” dengan lancar.

Penyusunan tugas akhir ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang strata satu. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak, penyusunan tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis inin menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT dengan segala ridho-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Dr. Irwandi, S.Sn., M.Sn. selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Trisna Pradita Putra, S.Sos. M.M., selaku Ketua Jurusan/Ketua Prodi S-1 Tata Kelola Seni dan selaku Pembimbing I.
5. Ibu Dian Ajeng Kirana, M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan S-1 Tata Kelola Seni.
6. Bapak A. Sudjud Dartanto, S.Sn., M.Hum., selaku Pembimbing II.
7. Ibu Arinta Agustina, M.A., selaku dosen wali selama berkuliah di S-1 tata Kelola Seni.
8. Kepada Ayah, Ibu dan Adik yang selalu mendoakan dan mendukung atas semua langkah dan keputusan.
9. Tim Lurah Music, Mas Sony Sastronegoro & Alfian Putra yang sudah mengizinkan dan membantu dalam penulisan Tugas Akhir.

10. Kepada sahabat Billa, Krismon, Della dan Mbak Roshi, yang selalu mendukung dan menghibur, dan menjadi tempat untuk berbagi cerita.
11. Tim KantorLurah Ideaworks, Mas Sony, Mas Andi, Mas Alan, Dimas, Della, Citra, Kholik, Drias, Angga, Ian, dan teman-teman *freelance* KL yang selalu mendukung dalam penulisan Tugas Akhir.
12. Untuk teman-teman Tata Kelola Seni angkatan 2018 “KOLONI”, yang sudah berjuang bersama dalam menyelesaikan perkuliahan.
13. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank to me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting, I wanna thank me for always being a giver. And tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Penyusunan tugas akhir ini belum lepas dari kekurangan dan keterbatasan dalam berbagai aspek. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta menambah referensi dan wawasan bagi masyarakat.

Yogyakarta, Juni 2025

Rachel Sunu Swastika

ABSTRAK

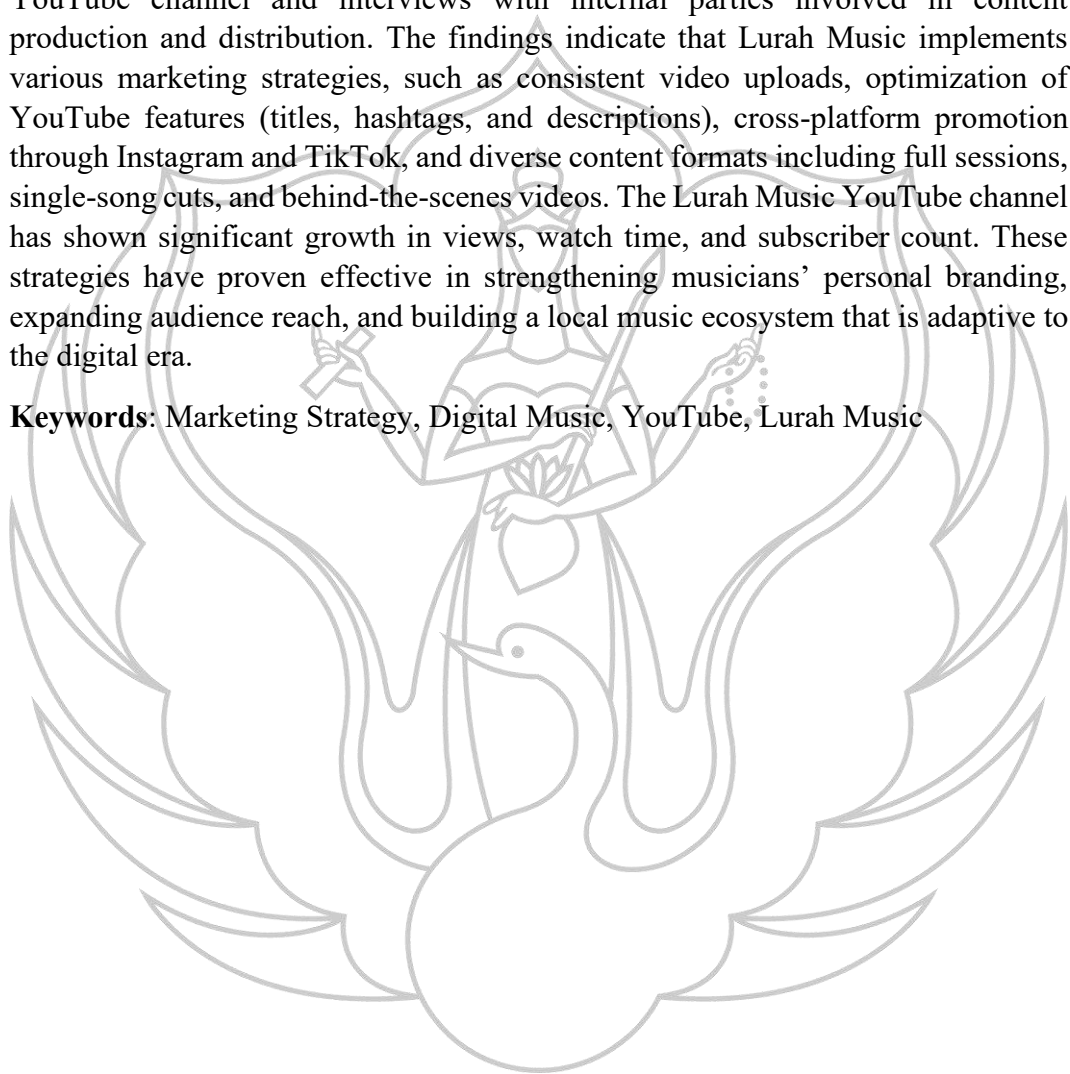
Strategi pemasaran digital menjadi semakin penting seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi audiens yang kini beralih ke media daring seperti YouTube. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi kanal YouTube Lurah Music serta wawancara dengan pihak internal yang terlibat dalam proses produksi dan distribusi konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lurah Music menerapkan sejumlah strategi pemasaran, seperti konsistensi unggahan video, optimalisasi fitur YouTube (judul, tagar, dan deskripsi), promosi lintas kanal melalui Instagram dan TikTok, serta pengemasan konten dalam berbagai format seperti full session, potongan per lagu, dan video di balik layar. Kanal YouTube Lurah Music menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah penayangan, durasi waktu tonton, dan peningkatan jumlah pelanggan. Strategi ini terbukti efektif dalam memperkuat personal branding musisi, memperluas jangkauan audiens, serta membangun ekosistem musik lokal yang adaptif terhadap perkembangan era digital.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Musik Digital, YouTube, Lurah Music

ABSTRACT

Digital marketing strategies have become increasingly important in line with technological developments and shifting audience consumption patterns toward online media such as YouTube. This research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques including observation of the Lurah Music YouTube channel and interviews with internal parties involved in content production and distribution. The findings indicate that Lurah Music implements various marketing strategies, such as consistent video uploads, optimization of YouTube features (titles, hashtags, and descriptions), cross-platform promotion through Instagram and TikTok, and diverse content formats including full sessions, single-song cuts, and behind-the-scenes videos. The Lurah Music YouTube channel has shown significant growth in views, watch time, and subscriber count. These strategies have proven effective in strengthening musicians' personal branding, expanding audience reach, and building a local music ecosystem that is adaptive to the digital era.

Keywords: Marketing Strategy, Digital Music, YouTube, Lurah Music



Daftar Isi

Halaman Pengesahan	i
Halaman Pernyataan.....	i
Halaman Persembahan	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Metode Penelitian.....	11
F. Sistematika Penulisan	20
BAB II.....	22
TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	22
A. Tinjauan Pustaka	22
B. Landasan Teori.....	25
1. Musik	25
2. Pemasaran	27
3. Strategi Pemasaran	28
4. Digital Marketing	29
5. Distribusi Musik.....	30
BAB III	33
PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	33
A. Penyajian Data	33
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	33
2. Logo Perusahaan	35

3. Profil Informan.....	35
4. Hasil Penelitian	37
B. Pembahasan Data	53
1. Strategi Pemasaran	53
2. Implementasi Strategi Pemasaran	61
3. Evaluasi	71
4. Dampak bagi Musisi	82
5. Dampak bagi Lurah Music.....	85
6. Hambatan dan Kendala	87
BAB IV	90
KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	92
1. Peneliti Berikutnya.....	92
2. Musisi.....	93
3. Lurah Music	93
DAFTAR PUSTAKA	94
DAFTAR LAMAN	99
LAMPIRAN.....	100

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Logo Lurah Music. Sumber: www.lurahmusic.com	35
Gambar 1. 2 Logo CV. Kreasi Nuswantoro Luwes Berkah (KantorLurah Ideaworks). Sumber: www.kantorlurah.com	35
Gambar 1. 3 Gambar pratinjau video Kotabuhan. Sumber: YouTube Lurah Music	41
Gambar 1. 4 Gambar pratinjau video Sound of Destination 2022. Sumber: YouTube Lurah Music	43
Gambar 1. 5 Gambar pratinjau video Sound of Destination 2023. Sumber: YouTube Lurah Music	43
Gambar 1. 6 Gambar pratinjau video Kanal Musik "Bagava". Sumber: YouTube Lurah Music	45
Gambar 1. 7 Gambar pratinjau video live performance The Rain, live at Festival Malioboro. Sumber: YouTube Lurah Music	46
Gambar 1. 8 Gambar pratinjau video "Di Balik Layar". Sumber: YouTube Lurah Music	47
Gambar 1. 9 Tampilan depan website Lurah Music. Sumber: www.lurahmusic.com	48
Gambar 1. 10 Akun Instagram baru Lurah Music. sumber: Instagram Lurah Music	49
Gambar 1. 11 Tampilan halaman awal YouTube Lurah Music. Sumber: YouTube Lurah Music	50
Gambar 1. 12 Suasana produksi Kanal Music di Pusat Desain Industri Nasional. Sumber: Dokumentasi pribadi	63
Gambar 1. 13 Analisis kanal YouTube Lurah Music selama 28 hari. Sumber: YouTube Analytic Lurah Music	72
Gambar 1. 14 Analisis umur dan gender penonton YouTube Lurah Music. Sumber: YouTube Analytic Lurah Music	73
Gambar 1. 15 Analisis cara penonton menemukan video Lurah Music. Sumber: YouTube Analytic Lurah Music	76
Gambar 1. 16 Analisis cara penonton menemukan video Lurah Music secara spesifik. Sumber: YouTube Analytic Lurah Music	76
Gambar 1. 17 Analisis video yang meningkatkan jumlah penonton Lurah Music. Sumber: YouTube Analytic Lurah Music	78
Gambar 1. 18 Analisis data YouTube Lurah Music sepanjang masa. Sumber: YouTube Analytic Lurah Music	80
Gambar 1. 19 Unggahan personil Bagava ketika produksi konten Kanal Music. Sumber: Instagram @bagusmazarupa	84
Gambar 1. 20 Unggahan poster Kanal Musik episode Bagava di Instagram Lurah Music dan berkolaborasi dengan akun lain. Sumber: Instagram Lurah Music	86

Gambar 2. 1 Wawancara dengan Mas Sony Sastronegoro. Sumber: Dokumentasi Pribadi 100

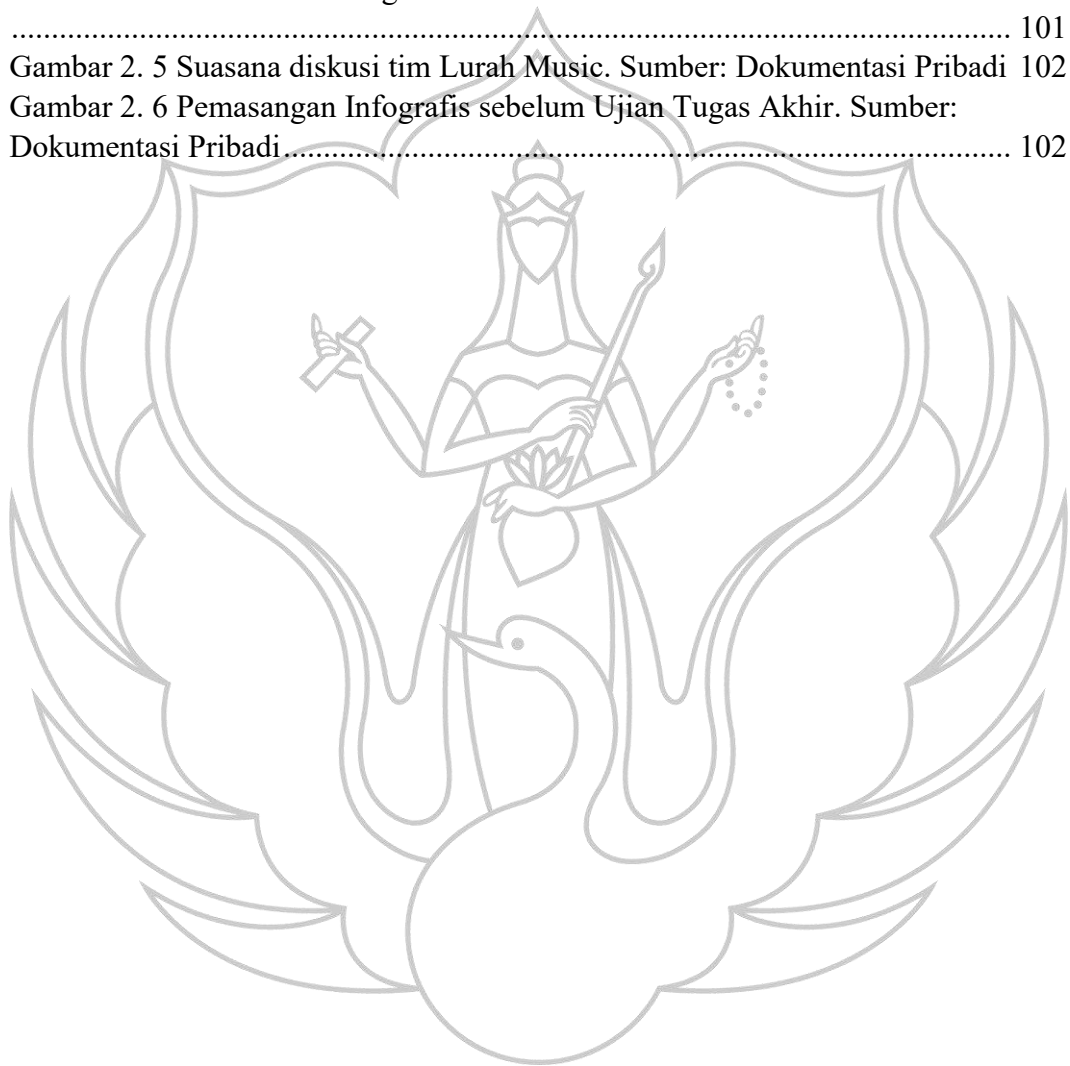
Gambar 2. 2 Wawancara dengan Mas Sony Sastronegoro. Sumber: Dokumentasi Pribadi 100

Gambar 2. 3 Wawancara dengan Mas Alfian Putra. Sumber: Dokumentasi Pribadi 101

Gambar 2. 4 Wawancara dengan Mas Alfian Putra. Sumber: Dokumentasi Pribadi 101

Gambar 2. 5 Suasana diskusi tim Lurah Music. Sumber: Dokumentasi Pribadi 102

Gambar 2. 6 Pemasangan Infografis sebelum Ujian Tugas Akhir. Sumber: Dokumentasi Pribadi..... 102



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman di bidang teknologi sangat berdampak dalam hampir seluruh aspek kehidupan. Perkembangan teknologi ini ditandai dengan adanya perubahan gaya hidup yang hampir menyeluruh di Indonesia. Dunia seni dan budaya tidak luput dari dampak perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi ini dimanfaatkan oleh para pelaku seni untuk mengembangkan seni dan budaya secara digital.

Salah satu yang terdampak dengan perkembangan teknologi adalah industri musik. Perkembangan teknologi di dunia musik telah membawa dampak signifikan pada cara mendengarkan dan menikmati lagu, menciptakan budaya baru yang sepenuhnya berbeda dari masa lalu, selain itu juga mempengaruhi dari proses produksi hingga distribusi. Musik dahulu hanya diproduksi secara manual dengan berbagai peralatan musik, saat ini bisa dibuat dengan menggunakan perangkat lunak di komputer. Fenomena tersebut sangat berpengaruh pada industri musik di Indonesia dengan kemudahan segala informasi yang didapatkan. Tidak hanya dalam proses kreatif dalam pembuatan musik, proses pendistribusian musik juga terdampak oleh perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi di bidang musik dimulai dengan penemuan perekam. Di Indonesia, perkembangan dunia musik digital diawali dengan didirikannya sebuah label rekaman bernama Irama pada tahun 1951, label rekaman tersebut didirikan oleh seorang perwira Angkatan Udara Republik Indonesia (AURI) yang bernama Suyoso Karsono (www.katadata.co.id, diakses 12 Februari 2022, pukul 16.31 WIB).

Distribusi sebuah karya seni musik adalah aspek utama bagi para musisi agar karyanya dapat didengar oleh masyarakat luas. Pendistribusian karya seni musik berawal dari media fisik dimulai dengan ditemukannya piringan hitam atau *vinyl*, pita kaset dan DVD/VCD, kemudian beralih ke media digital. Pendistribusian karya seni musik dalam bentuk media fisik, seperti CD atau kaset, sering kali menghadapi berbagai kendala. Salah satu kendala utamanya adalah jangkauan distribusi yang terbatas. Media fisik hanya bisa didistribusikan ke wilayah tertentu, sehingga tidak semua pendengar dapat mengaksesnya dengan mudah. Selain itu, kendala lainnya adalah dari sisi biaya produksi. Membuat dan mendistribusikan karya musik dalam bentuk fisik memerlukan dana yang cukup besar, baik untuk proses duplikasi, pengemasan, maupun pengiriman. Hal ini menjadi tantangan tersendiri, terutama bagi musisi independen atau pelaku industri musik skala kecil.

Para musisi harus mengeluarkan biaya untuk mencetak kaset atau keping CD. Jika dibandingkan dengan metode pendistribusian secara digital, bisa dibilang jauh lebih murah dan jangkauannya lebih luas. Salah satu inovasi utama yang muncul adalah kehadiran platform *streaming* (siaran langsung) digital yang secara fundamental mengubah pola konsumsi musik masyarakat. Dengan platform ini penikmat musik tidak lagi terbatas pada media fisik seperti kaset, CD, atau bahkan unduhan digital, tetapi dapat langsung mengakses koleksi lagu yang sangat luas hanya dengan perangkat yang terhubung ke internet. Dengan adanya perkembangan teknologi ini, para musisi dapat dengan mudah mendistribusikan karya-karya mereka melalui distribusi musik digital seperti *Spotify*, *Joxx*. Platform musik digital Spotify terbukti meraih 200 juta pengguna setiap bulannya, hal ini membuktikan bahwa masyarakat memiliki minat tinggi untuk menggunakan teknologi baru dalam mendengarkan musik (www.nataconnexindo.com, diakses 12 Februari 2022, pukul 17.29 WIB). Selain itu musik saat ini dapat didistribusikan

melalui media sosial yang saat ini sedang menjadi tren di masyarakat. Kesempatan ini juga membuat pilihan-pilihan musik bagi pendengar menjadi semakin beragam dan para pelaku musik memiliki media pemasaran yang beragam yang bisa menjangkau berbagai lapisan masyarakat.

Transformasi budaya dari merilis musik melalui media fisik, seperti CD, kaset, atau *vinyl*, ke format digital sepenuhnya telah mengubah secara mendasar berbagai aspek dalam industri musik. Proses produksi kini lebih berfokus pada kualitas audio digital, integrasi teknologi, dan aksesibilitas untuk platform siaran langsung. Dalam pemasaran, peralihan ini telah memperkenalkan pendekatan baru yang memanfaatkan media sosial, algoritma platform siaran langsung, serta promosi berbasis data yang lebih terukur dan strategis. Pergeseran ini juga memberikan peluang lebih luas bagi Musisi independen untuk mencapai audiens global tanpa harus melalui jalur distribusi tradisional, namun di sisi lain, persaingan menjadi jauh lebih ketat karena siapa saja bisa dengan mudah merilis musik di era digital.

Pendistribusian karya seni musik ini juga sangat menguntungkan bagi para musisi-musisi *indie*. Musisi *indie* adalah sebuah status artis, band atau minor label yang tidak dikuasai serta dikendalikan oleh perusahaan kapital industri rekaman *mayor* label, *indie* bagian dari subkultur dan genre musik. *Indie* sendiri berasal dari kata *independent* yang berarti mereka sendiri, berdiri sendiri, dan berjiwa bebas (Wallach 2017). Para musisi-musisi ini mempunyai wadah untuk melebarkan sayapnya dengan mempromosikan karyanya melalui seluruh platform yang ada, bahkan tidak menutup kemungkinan musisi indie dan label dapat saling bekerja sama. Distribusi karya musik melalui platform digital sangat berkaitan dengan peran media sosial karena keduanya dapat diakses dengan mudah melalui situs web di internet. Saat ini, kemajuan dalam pemasaran berbasis media sosial telah membuka

peluang baru bagi Perusahaan atau pelaku bisnis, termasuk di industri musik, untuk mempromosikan produk atau layanan mereka dengan cara yang lebih modern dan inovatif. Media sosial menawarkan pendekatan unik yang menjangkau target pasar secara spesifik, serta fitur-fitur seperti iklan berbayar, konten yang dapat dibagikan, dan kolaborasi dengan pemengaruh (*influencer*). Pendekatan ini memungkinkan promosi menjadi lebih efektif dan efisien, sekaligus membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen atau penggemar.

Dari sekian banyak platform media sosial yang berkembang saat ini, Youtube menjadi salah satu platform yang sangat populer untuk mempromosikan karya seni musik. Sejak diluncurkan pada tahun 2005, Youtube telah berkembang menjadi salah satu media sosial terbesar di dunia dengan miliaran pengguna aktif setiap bulannya. Popularitas YouTube tidak hanya menjadikannya sebagai platform berbagi video, tetapi juga sebagai media yang berpengaruh dalam berbagai bidang, termasuk hiburan, pendidikan, dan pemasaran. Di industri musik, YouTube memiliki peran yang signifikan dalam mendukung musisi untuk mempromosikan karya mereka. dengan hadirnya YouTube, para musisi kini memiliki saluran tambahan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini membuka peluang besar bagi para musisi untuk memperkenalkan karya mereka tanpa harus bergantung pada label rekaman besar.

Pemanfaatan YouTube sebagai media pemasaran musik memiliki berbagai keunggulan, seperti kemudahan distribusi, biaya yang relatif rendah, serta kemampuan untuk menjangkau pasar global. Selain itu, fitur-fitur seperti rekomendasi berbasis algoritma dan monetisasi melalui iklan serta langganan premium juga membantu musisi dalam meningkatkan eksposur dan pendapatan mereka. Dengan demikian, YouTube tidak hanya menjadi platform siaran langsung biasa, tetapi juga alat strategis bagi musisi dalam membangun karir dan meraih

kesuksesan di industri musik. Namun, di balik kemudahan yang ditawarkan, terdapat tantangan yang dihadapi oleh musisi dalam memanfaatkan YouTube sebagai alat pemasaran. Persaingan yang ketat, perubahan algoritma, serta isu hak cipta menjadi beberapa kendala yang harus diatasi oleh para musisi. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana YouTube dapat dimanfaatkan secara efektif sebagai strategi pemasaran musik yang optimal.

Banyak musisi Indonesia yang memulai perjalanan karir mereka dengan mengunggah karya di YouTube, memanfaatkan platform tersebut sebagai sarana untuk menampilkan bakat dan menarik perhatian publik. Seiring bertambahnya jumlah penonton dan penggemar, mereka mulai dikenal lebih luas, membuka peluang untuk berkolaborasi dengan musisi lain, mendapatkan kontrak rekaman, serta tampil di berbagai acara musik. Salah satunya adalah Nadin Amizah, penyanyi solo asal Indonesia. Nadin Amizah memanfaatkan Youtube dan media sosial untuk memperkenalkan suaranya kepada publik. Ia mulai dikenal setelah sering mengunggah *video cover* dan akhirnya berkolaborasi dengan Dipha Barus dalam lagu *All Good*. Sejak itu, ia terus berkembang dan merilis karya-karya orisinalnya dengan gaya musik yang unik.

YouTube telah menjadi platform yang efektif bagi musisi untuk mempromosikan karya mereka. Dengan mengunggah *video cover* atau karya orisinal, musisi dapat menjangkau audiens yang lebih luas tanpa memerlukan dukungan dari label besar. Interaksi langsung dengan penonton melalui komentar dan umpan balik juga membantu musisi memahami preferensi audiens mereka. Selain itu, algoritma YouTube yang merekomendasikan konten kepada pengguna berdasarkan minat mereka dapat meningkatkan visibilitas musisi baru. Namun, persaingan di platform ini sangat ketat, sehingga konsistensi dan keunikan konten menjadi kunci untuk menonjol dan membangun basis penggemar yang

setia. Secara keseluruhan, YouTube menawarkan peluang bagi musisi untuk memasarkan karya mereka secara independen, membangun komunitas penggemar dan bahkan menarik perhatian industri musik arus utama.

Indonesia memiliki potensi musik yang terus berkembang. Banyak nama-nama band, grup, solois baru yang terus diperbincangkan. Perkembangan musik di tanah air meningkat dengan pesat salah satunya ditandai dengan munculnya berbagai jenis aliran musik. Tidak dapat dipungkiri bahwa musik merupakan salah satu kebutuhan manusia. Musik berperan sebagai hiburan untuk melepas segala penat, hal ini menjadi peluang bagi para pemusik untuk membuat karya yang diminati oleh banyak orang.

Di Yogyakarta, semakin banyak ruang baru dan komunitas musik yang bermunculan sebagai wadah bagi para musisi untuk memperkenalkan serta memasarkan karya mereka. Kehadiran platform-platform ini memberikan peluang besar bagi musisi lokal untuk menampilkan kreativitas mereka, baik dalam bentuk pertunjukan langsung, kolaborasi artistik, maupun distribusi karya secara lebih luas. Ruang-ruang kreatif seperti studio musik independent, tempat seni, dan kafe dengan konsep panggung musik sering kali menjadi titik temu bagi musisi dan audiens yang memiliki ketertarikan terhadap seni music. Sementara itu, komunitas musik berbasis digital seperti grup media sosial, forum daring, dan kanal siaran langsung juga memberikan ruang bagi musisi untuk membagikan lagu, berbagi proses kreatif, atau bahkan menjangkau pasar yang lebih luas di luar Yogyakarta.

Salah satu ruang bagi para pelaku seni musik yang berbasis di Yogyakarta adalah Lurah Music. Lurah Music merupakan bagian dari CV. Kreasi Nuswantoro Luwes Berkah Ideaworks (KantorLurah Ideaworks). Lurah Music sendiri adalah sebuah platform yang memberi ruang dan memfasilitasi suatu karya musik yang berbasis digital agar

bisa menyalurkan manfaat dan berkontribusi dalam pemerataan karya-karya lokal, regional dan nasional. Lurah Music memiliki slogan “*local action to global connection*” (www.lurahmusic.com, diakses 3 Desember 2021. Pukul 21.30 WIB).

Lurah Music hadir sebagai sebuah platform digital inovatif yang dirancang khusus untuk mendukung para musisi dalam mempromosikan karya mereka secara lebih luas dan efektif. Platform ini memberikan wadah bagi musisi untuk menghadirkan karya mereka kepada audiens yang lebih besar, baik melalui fitur distribusi musik, promosi digital, maupun berbagai layanan lainnya yang relevan dengan kebutuhan industri musik modern.

Sebagai sebuah ekosistem digital, Lurah Music tidak hanya membantu musisi dalam memperkenalkan lagu-lagu mereka, tetapi juga menyediakan berbagai alat dan fitur untuk meningkatkan visibilitas, seperti integrasi ke platform siaran langsung musik global, promosi melalui media sosial, hingga pengelolaan interaksi dengan penggemar. Melalui pendekatan berbasis teknologi, platform ini memungkinkan musisi untuk menjangkau audiens secara lebih cepat dan terarah, menciptakan peluang kolaborasi, serta membuka akses terhadap berbagai kesempatan di industri kreatif.

Lurah Music juga menjadi ruang yang menghubungkan musisi dengan komunitas penggemar dan pelaku industri lainnya. Hal ini menciptakan ekosistem yang tidak hanya mendukung pertumbuhan karir musisi, tetapi juga memperkuat hubungan antara artis dan audiens mereka. Dengan dukungan fitur-fitur inovatif, Lurah Music menawarkan solusi praktis bagi musisi untuk membangun personal branding, meningkatkan popularitas karya mereka dan menciptakan pengaruh di dunia musik digital yang semakin kompetitif. Lurah Music memanfaatkan media digital sebagai suatu sarana atau ruang untuk melakukan pemasaran dan promosi karya seni musik musisi-musisinya.

Media digital yang digunakan berupa media sosial seperti Instagram, Youtube, dan laman resmi Lurah Music. Lurah Music tidak hanya mempromosikan musisi melalui lagunya, tetapi juga mempunyai konten berita yang mengangkat kabar dari musisi-musisi lain.

Melalui berbagai program seperti *Kanal Musik*, *Sound of Destination*, dan *Kotabuhan*, Lurah Music tidak hanya menampilkan pertunjukan musik biasa, tetapi juga menyajikan konten yang memiliki nilai visual dan budaya yang tinggi. Konsep pertunjukan live session dengan latar tempat unik, pengemasan visual yang rapi, serta kualitas audio yang optimal menjadi strategi utama dalam menarik perhatian penonton dan meningkatkan engagement di kanal YouTube.

Pemasaran melalui YouTube tentu tidak dapat dilepaskan dari strategi konten digital yang matang. Lurah Music menyusun berbagai materi promosi seperti poster digital, video pendek (teaser), hingga behind the scenes yang dipublikasikan secara lintas platform, seperti Instagram dan TikTok, untuk mendukung distribusi utama di YouTube. Penggunaan strategi ini menunjukkan bahwa pemasaran digital tidak hanya soal “unggah video”, tetapi juga soal bagaimana membangun narasi dan keterlibatan dengan audiens.

Meski demikian, implementasi strategi pemasaran digital tentu memiliki tantangan tersendiri. Perubahan algoritma YouTube, persaingan konten yang sangat padat, keterbatasan sumber daya, serta kebutuhan untuk terus menyesuaikan diri dengan tren digital menjadi hal-hal yang harus dihadapi oleh Lurah Music. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis secara mendalam bagaimana strategi pemasaran ini diterapkan, sejauh mana efektivitasnya, serta bagaimana respons audiens terhadap konten yang disajikan.

Penelitian ini menjadi penting sebagai upaya untuk memahami praktik pemasaran karya seni musik lokal di era digital, melalui pendekatan implementatif yang berbasis data dan observasi langsung. Dengan melihat praktik yang dilakukan oleh Lurah Music melalui kanal YouTube, peneliti dapat menggambarkan secara konkret bagaimana strategi pemasaran konten musik dilakukan oleh komunitas kreatif lokal dalam menghadapi dinamika pasar digital saat ini.

Salah satu media yang dimanfaatkan oleh Lurah Music dalam mempromosikan dan memasarkan karya-karya musisi lokal Jogja adalah YouTube, karena platform ini memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas, menampilkan berbagai jenis konten seperti pertunjukan langsung dan sekaligus memberikan kesempatan bagi musisi independen untuk membangun basis penggemar, meningkatkan eksposur, dan berinteraksi langsung dengan pendengar melalui komentar dan fitur lainnya.

Penyebaran karya musik dalam format digital dapat menjadi lebih efektif apabila didukung oleh strategi promosi yang tepat melalui platform media sosial. Media sosial menyediakan jangkauan luas dan kemampuan untuk menjangkau berbagai kalangan audiens secara cepat dan efisien. Dengan memanfaatkan fitur seperti iklan berbayar, unggahan rutin, kolaborasi dengan pemengaruh, serta interaksi langsung dengan pengikut, musisi dan pelaku industri musik dapat meningkatkan visibilitas karya mereka. Pendekatan ini tidak hanya membantu memperluas jangkauan, tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat dengan penggemar, menciptakan peluang untuk meningkatkan popularitas dan penjualan music secara signifikan.

Namun, dalam proses implementasi pemasaran secara digital, tentu dibutuhkan strategi yang tepat agar konten yang dipublikasikan mampu menarik perhatian audiens, meningkatkan interaksi, dan memperluas jangkauan distribusi. YouTube sebagai platform utama

juga memiliki tantangan tersendiri, mulai dari persaingan konten, algoritma, hingga perubahan selera penonton yang cepat. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana Lurah Music mengimplementasikan strategi pemasarannya, baik dari aspek konten, distribusi, maupun promosi lintas platform.

Melihat fenomena yang berkembang saat ini, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji bagaimana implementasi strategi pemasaran digital dilakukan oleh Lurah Music melalui platform YouTube. YouTube sebagai media distribusi dan promosi digital memiliki peran yang semakin signifikan dalam mendukung penyebaran karya seni musik secara luas dan efisien.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengkaji implementasi pemasaran karya seni musik secara digital yang dilakukan oleh Lurah Music di kanal YouTube Lurah Music itu sendiri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan implementasi pemasaran yang dilakukan oleh Lurah Music dalam memasarkan karya seni musik secara digital.
2. Untuk menggali informasi tentang mekanisme pemasaran sebuah karya seni musik oleh Lurah Music melalui kanal YouTube.
3. Untuk menganalisa pemaparan deskripsi berdasarkan hasil observasi dengan landasan teori.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi lembaga terkait, CV. Kreasi Nuswantoro Luwes Berkah Ideaworks

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber data bagi penelitian lain terkait kajian praktik pendistribusian sebuah karya

seni musik di Lurah Music yang berada di bawah naungan CV. Kreasi Nuswantoro Luwes Berkah Ideaworks. Penelitian ini juga diharapkan menjadi arsip terkait pendistribusian karya seni musik secara digital terutama lagu sehingga dapat meminimalisir kendala dalam praktik kedepannya.

2. Bagi Jurusan Tata Kelola Seni, Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan bagi civitas akademika ISI Yogyakarta, khususnya bagi mahasiswa Tata Kelola Seni terkait proses pendistribusian sebuah karya seni, khususnya seni musik secara digital.

3. Bagi masyarakat umum

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan terkait praktik pendistribusian karya seni musik secara digital, sehingga masyarakat dapat mengetahui proses di balik pendistribusian karya seni musik terutama lagu hingga dapat didengarkan oleh masyarakat luas.

E. Metode Penelitian

1. Metode Pendekatan

Penelitian dengan judul Implementasi Pemasaran Karya Seni Musik Secara Digital pada Kanal YouTube Lurah Music merupakan penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Kualitatif merupakan prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Kasiram, 2008). Deskriptif sendiri memiliki arti menggambarkan sifat suatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Umar, 2009).

Penelitian ini bersifat deskriptif karena penelitian ini mengungkapkan fakta yang ada dari data-data yang dikumpulkan, serta menguraikan dan menggambarkan peristiwa-peristiwa yang terjadi sebagaimana adanya. Penelitian ini berusaha untuk menganalisa mengenai implementasi dari strategi pemasaran karya seni musik secara digital yang dilakukan oleh Lurah Music.

Metode kualitatif dipilih dalam penelitian ini karena paling sesuai untuk menggali secara mendalam strategi pemasaran karya seni musik yang dilakukan oleh Lurah Music melalui platform digital, khususnya YouTube. Penelitian ini tidak bertujuan untuk mengukur data secara statistik atau menghasilkan generalisasi kuantitatif, melainkan untuk memahami proses, makna, pengalaman, strategi, serta sudut pandang subjek yang terlibat langsung dalam kegiatan pemasaran musik digital.

Menurut Sugiyono (2013), metode kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah, di mana peneliti adalah instrumen kunci dan data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Metode ini memungkinkan fleksibilitas dalam pengumpulan data, karena strategi pemasaran bersifat dinamis dan sangat kontekstual dipengaruhi oleh kreativitas tim produksi, karakteristik audiens, serta perkembangan media digital itu sendiri. Oleh karena itu, pengalaman langsung dari informan (pimpinan, staf, dan talent) menjadi sumber utama dalam menjawab rumusan masalah.

Selain itu, pendekatan kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa dan makna yang lebih dalam, seperti alasan di balik pemilihan konten tertentu, pertimbangan strategi

promosi lintas platform, serta persepsi terhadap efektivitas media sosial sebagai sarana distribusi dan branding.

2. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dan wajib dalam penelitian. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, maka penelitian ini berfokus pada usaha mengungkapkan suatu masalah dan keadaan. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti, disertai pencatatan terhadap aktivitas, perilaku, dan kondisi yang muncul di lapangan. observasi adalah proses pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap keadaan, gejala, atau perilaku objek tertentu yang menjadi fokus penelitian (Fathoni, 2011). Dalam penelitian ini, observasi digunakan untuk memahami secara mendalam proses kerja dan aktivitas yang dilakukan oleh Lurah Music dalam mendistribusikan karya seni musik melalui media digital, khususnya platform YouTube. Observasi dilakukan secara langsung dan tidak langsung, dengan tujuan memperoleh data yang mendukung dan melengkapi hasil wawancara.

Jenis observasi yang digunakan mencakup beberapa aspek berikut:

1. Mengamati lokasi dan lingkungan kerja dari CV. Kreasi Nuswantoro Luwes Berkah (KantorLurah Ideaworks), tempat di mana proses kreatif Lurah Music dijalankan.
2. Mengamati kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh tim Lurah Music, baik dalam proses produksi konten musik maupun saat melakukan promosi melalui berbagai kanal digital.
3. Mengamati secara langsung acara atau program musik yang diselenggarakan oleh Lurah Music, seperti sesi pertunjukan langsung, proses rekaman, atau konser yang diorganisasi.
4. Mengamati respon dan interaksi talent (musisi) yang dipasarkan oleh Lurah Music terhadap proses pendistribusian dan promosi karya mereka.

Selain observasi langsung di lapangan, peneliti juga melakukan observasi tidak langsung melalui media sosial, dengan memantau aktivitas dan konten yang dipublikasikan oleh Lurah Music di akun Instagram dan situs web resmi (lurahmusic.com). Melalui observasi digital ini, peneliti mengamati bagaimana strategi konten dijalankan, keterlibatan audiens, gaya komunikasi visual, serta frekuensi dan jenis konten yang dibagikan.

Gabungan antara observasi lapangan dan observasi digital memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih utuh, baik dari sisi aktivitas internal maupun citra eksternal Lurah Music di media daring. Seluruh hasil observasi dicatat dalam jurnal lapangan dan digunakan untuk memperkuat analisis data dalam pembahasan penelitian.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menggali informasi secara mendalam dari informan yang terlibat langsung dalam objek kajian. wawancara adalah proses tanya jawab secara lisan yang bersifat satu arah, di mana pertanyaan berasal dari pewawancara dan jawaban diberikan oleh pihak yang diwawancarai (Fathoni, 2011). Dalam konteks penelitian ini, wawancara digunakan untuk memperoleh data yang bersifat kontekstual, reflektif, dan pengalaman langsung dari para pelaku di dalam Lurah Music.

Penelitian ini menggunakan dua jenis wawancara, yaitu semi-terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan terbuka yang telah disiapkan sebelumnya. Jenis wawancara ini tetap memberikan ruang fleksibilitas bagi peneliti untuk mengeksplorasi jawaban yang muncul dan menggali informasi lebih lanjut sesuai alur pembicaraan. Teknik ini diterapkan saat mewawancarai pimpinan CV. Kreasi Nuswantoro Luwes Berkah (Kantor Lurah Ideaworks) dan staf admin Lurah Music, untuk memperoleh data terkait strategi pemasaran digital, perencanaan konten, serta pelaksanaan distribusi melalui kanal YouTube.

Sementara itu, wawancara tidak terstruktur digunakan ketika peneliti mendapatkan informasi tambahan melalui percakapan spontan di luar proses wawancara formal. Pendekatan ini terjadi secara natural, tanpa pedoman pertanyaan khusus, namun tetap berkaitan erat dengan objek

penelitian. Informasi dalam kategori ini diperoleh saat berbincang santai dengan salah satu talent (musisi) yang pernah bekerja sama dengan Lurah Music. Dalam suasana nonformal tersebut, muncul respons jujur dan reflektif mengenai pengalaman mereka, persepsi terhadap strategi promosi yang dijalankan, serta dampaknya terhadap eksistensi mereka sebagai pelaku seni.

Kombinasi kedua teknik wawancara ini dipilih untuk mengakomodasi kekayaan data kualitatif dan menangkap dinamika yang mungkin tidak muncul dalam percakapan terstruktur. Semua hasil wawancara, baik formal maupun informal, dicatat dan direkam dengan izin dari narasumber, kemudian dianalisis secara tematik untuk mendukung pembahasan dalam penelitian ini.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengkaji dan menelaah berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Menurut Sugiyono (2013), studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan menelaah buku, literatur, catatan, dan laporan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Teknik ini digunakan untuk memperkuat landasan teori dan sebagai acuan dalam merumuskan konsep, pendekatan, serta arah analisis yang digunakan dalam penelitian. Studi ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman teoritis, menemukan kerangka berpikir yang sesuai, serta memperkuat landasan konseptual dalam menganalisis data.

Dalam penelitian ini, studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari berbagai jenis referensi, seperti buku teks, artikel jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan publikasi lainnya yang membahas topik-topik terkait seperti strategi pemasaran, distribusi musik digital, platform YouTube, hingga perkembangan industri musik di era digital.

Sumber pustaka yang digunakan tidak hanya berasal dari buku dan jurnal cetak, tetapi juga mencakup referensi daring (*online*) seperti *e-book*, jurnal digital, artikel ilmiah yang tersedia melalui repositori akademik, serta publikasi dari media terpercaya yang mendukung pembahasan konteks aktual. Dengan memanfaatkan sumber pustaka yang beragam, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh dan memperkuat argumen dalam pembahasan hasil penelitian.

Studi pustaka ini berperan penting dalam menyusun kerangka teori, mendefinisikan konsep-konsep kunci, dan membandingkan hasil temuan di lapangan dengan teori yang telah ada.

d. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari berbagai dokumen atau catatan yang relevan dengan objek penelitian. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui penelaahan terhadap catatan-catatan, baik yang bersifat tertulis maupun visual, termasuk data pribadi responden maupun dokumen institusional (Fathoni,

2011). Dalam penelitian ini, metode dokumentasi digunakan untuk mendukung hasil observasi dan wawancara, serta memberikan bukti visual terkait proses dan aktivitas pemasaran digital yang dilakukan oleh Lurah Music. Data dokumentasi yang dikumpulkan mencakup:

1. Gambar tangkapan layar (*screenshot*) dari akun media sosial Lurah Music, seperti Instagram dan YouTube, yang menunjukkan aktivitas unggahan, konten promosi, serta interaksi audiens.
2. Foto-foto kegiatan produksi konten dan acara musik yang diselenggarakan oleh Lurah Music, baik di dalam ruangan (*studio session*) maupun di luar ruangan (konser atau program *live*).
3. Dokumen pendukung lainnya, seperti desain poster digital, cuplikan video, statistik tayangan dari YouTube Analytics, serta materi promosi yang dibagikan melalui kanal komunikasi digital mereka.

Teknik dokumentasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran konkret tentang strategi pemasaran yang dijalankan, serta memperkuat validitas data yang diperoleh dari observasi dan wawancara. Dengan adanya data dokumenter, peneliti dapat melakukan analisis visual terhadap pola komunikasi, bentuk konten, serta intensitas distribusi karya seni musik digital oleh Lurah Music.

3. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data secara sistematis dari objek penelitian. Dalam pendekatan kualitatif, instrumen utama adalah peneliti itu sendiri, namun untuk mendukung efektivitas

pengumpulan data, diperlukan pula instrumen tambahan yang relevan dengan metode yang digunakan.

Dalam penelitian ini, instrumen pengumpulan data yang digunakan antara lain:

- a. Buku catatan dan alat tulis, digunakan untuk mencatat hasil observasi di lapangan serta merangkum jawaban penting dari informan selama proses wawancara berlangsung. Catatan lapangan ini membantu peneliti mengidentifikasi poin-poin penting yang muncul secara spontan maupun berdasarkan panduan wawancara.
- b. *Smartphone*, dimanfaatkan sebagai alat bantu untuk:
 - Merekam audio wawancara, guna memastikan seluruh percakapan terdokumentasi dengan baik dan dapat ditranskrip secara lengkap untuk keperluan analisis data.
 - Mengambil foto atau video dalam kegiatan observasi dan dokumentasi lapangan, seperti suasana acara, lokasi kegiatan, serta interaksi yang terjadi selama proses penelitian.
- c. Pedoman wawancara (untuk wawancara semi-terstruktur), berisi daftar pertanyaan terbuka yang disiapkan untuk menjaga arah dan fokus wawancara agar sesuai dengan tujuan penelitian.
- d. Kamera dokumentasi tambahan (jika tersedia), digunakan untuk mengambil gambar pendukung yang lebih berkualitas dalam proses dokumentasi kegiatan Lurah Music.

Penggunaan kombinasi instrumen ini bertujuan untuk mendukung keakuratan dan kelengkapan data yang diperoleh, baik dari proses wawancara, observasi langsung, maupun dokumentasi visual.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun ke dalam empat bab utama yang masing-masing terdiri dari beberapa sub-bab yang saling berkaitan dan disusun secara sistematis. Tujuannya adalah untuk memberikan alur pembahasan yang logis dan memudahkan dalam pemahaman isi penelitian. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab pertama merupakan bagian pendahuluan yang memuat penjelasan awal mengenai konteks dan alasan dilakukannya penelitian. Di dalamnya mencakup uraian tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran penelitian ini, rumusan masalah yang ingin dijawab melalui proses penelitian, tujuan dari penelitian yang hendak dicapai, serta manfaat yang dapat diberikan oleh penelitian baik secara teoritis maupun praktis. Selain itu, bab ini juga memuat metode penelitian secara singkat yang meliputi pendekatan, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan. Bagian terakhir dari bab ini adalah sistematika penulisan, yang menjelaskan struktur dan pembagian bab dalam karya ilmiah ini.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Bab ini berisi pembahasan tentang tinjauan pustaka dan teori-teori yang relevan yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan penelitian. Tinjauan pustaka mencakup penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik yang dikaji, sedangkan landasan teori memuat pemahaman konsep-konsep kunci yang digunakan dalam analisis dan pembahasan. Teori-teori yang disajikan dalam bab ini menjadi dasar dalam menyusun kerangka berpikir dan pendekatan analitis dalam mengkaji data penelitian.

BAB III: PENYAJIAN DAN PEMBAHASAN DATA

Bab ini merupakan inti dari penelitian yang memuat hasil temuan di lapangan. Penyajian data dilakukan secara sistematis berdasarkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi, atau metode lain yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Setelah data disajikan, dilakukan pembahasan secara mendalam dengan mengaitkan temuan-temuan tersebut dengan teori yang telah dijelaskan sebelumnya. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman serta interpretasi ilmiah terhadap hasil yang diperoleh.

BAB IV: PENUTUP

Bab terakhir ini menyajikan kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dirumuskan berdasarkan pembahasan sebelumnya dan mengacu pada rumusan masalah serta tujuan penelitian. Selain itu, pada bagian ini juga disampaikan saran-saran yang ditujukan kepada berbagai pihak terkait, seperti peneliti selanjutnya, objek penelitian, atau institusi yang relevan, sebagai kontribusi dari hasil penelitian ini.