

STRATEGI PEMASARAN LAGU *IT'S ONLY ME* CIPTAAN KALEB J MENUJU CAPAIAN KOMERSIL

Maretha Tri Wahyu Primadani
Program Studi S1 Seni Musik, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
E-mail: maretha.19042@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk menjabarkan sekaligus mengetahui mengenai pemasaran serta makna lirik lagu *It's Only Me* karya Kaleb J. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan difokuskan kepada mendeskripsikan cara memasarkan lagu dan makna liriknya. Data yang di analisis adalah "*It's Only Me*". Tindakan analisis yang dilakukan oleh peneliti diantaranya reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lagu "*it's only me*" merupakan single pertama Kaleb J dalam album *melancholy*. Lagu ini berhasil memiliki tingkat pemasaran yang sangat tinggi dengan menggunakan dua Bahasa yaitu Indonesia dan Inggris di berbagai platform seperti Spotify, Youtube dan Tiktok. Saat ini lagu "*It's Only Me*" memiliki 123,578,669 ribu pendengar di spotify dan 70 Juta penonton pada platform Youtube. Lagu "*It's Only Me*" memiliki makna yang sangat dalam, Kaleb J mengatakan bahwa lagu ini di tulis sesuai apa yang Kaleb alami yaitu cinta sepihak tanpa menuntut balasan dan berharap akan Bersama.

Kata Kunci: *pengaruh dual bahasa, komersialisasi, makna lirik*

THE INFLUENCE OF DUAL LANGUAGE ON THE COMMERCIALIZATION OF KALEB J'S IT'S ONLY ME

Abstract

The purpose of this study is to describe and find out about marketing and the meaning of the lyrics of the song *It's Only Me* by Kaleb J. This research uses a qualitative descriptive approach and focuses on describing how to market the song and the meaning of the lyrics. The data analyzed is "*It's Only Me*". The analytical actions carried out by researchers include data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study show that the song "*it's only me*" is Kaleb J's first single on the *Melancholy* album. This song has managed to have a very high level of marketing by using two languages, namely Indonesian and English on various platforms such as Spotify, Youtube and Tiktok. Currently the song "*It's Only Me*" has 123,578,669 thousand listeners on spotify and 70 million viewers on the Youtube platform. The song "*It's Only Me*" has a very deep meaning, Kaleb J said that this song was written according to what Kaleb experienced, namely one-sided love without demanding a return and hoping to be together.

Keywords: *the influence of dual languages, commercialization, the meaning of the lyrics*

PENDAHULUAN

Perkembangan musik pop saat ini sudah semakin dikenal oleh masyarakat Dunia khususnya Indonesia. Dalam wilayah sebaran budayanya industri Musik pop memiliki 2 aspek kekuatan yang besar,

yaitu ekonomi dan budaya. Melalui kekuatan tersebut, industri musik sangat sulit untuk mengontrol selera penikmatnya karena ada perbedaan antara nilai tukar (nilai ekonomis) dan nilai guna (nilai kultural) dalam Musik pop (*Storey, 2007*).

Musik pop distandarisasikan baik dari sisi musical ataupun lirik (Adorno,1953). Ini terbukti dari lagu-lagu Pop yang pada umumnya mudah untuk saling bertukar dengan lagu pop lainnya. Pada dasarnya, musik adalah sebuah interpretasi karya yang berperan sebagai alat komunikasi antara pencipta dan pendengar. Saat ini hal yang menarik yang dapat diamati adalah muncul berbagai macam kelompok music yang beraliran Pop. Kebanyakan lagu populer pop adalah lagu yang memiliki makna lirik percintaan, lika-liku kehidupan anak muda dan pertemanan yang abadi. Selain itu, para pecinta music pop juga menggemari lagu yang memiliki lirik sederhana dan nada yang mudah didengar maupun dinyanyikan. Terlepas dari lagu yang mudah didengar, bahkan saat ini ada banyak lagu yang memiliki lirik kontroversial. Lagu seperti ini dapat dikatakan “Kontroversial” karena lirik dalam lagu tersebut lebih “Berani” mengungkapkan sisi lain dari manusia yang dianggap tabu oleh masyarakat khususnya Indonesia (Priande dan Watanabe,2011). Munculnya kelompok Musik Pop indie mampu mengubah pandangan masyarakat dalam situasi industri musik. Ditengah ideologi kapitalisme musik di Indonesia, muncul aliran musik yang mengatasnamakan Kebebasan. Tentunya ide ini terlepas dari campur tangan para kapitalis dalam menyuguhkan hiburan.

Di balik maraknya musik pop di Indonesia dan gelombang music korea yang menjadi trend dunia saat ini, lahirlah musik dari Indonesia yang mengusung musik kreatif tanpa disertai kepentingan industri budaya. Kebebasan berekspresi menjadi salah satu mengapa genre music ini disebut musik Independen. Mulai dari penciptaan hingga pendistribusian album, semua dikerjakan secara mandiri. Tidak seperti music pop pada umumnya yang menjadi komoditas pasar sehingga harus di produksi secara massal. Pada dasarnya, musik adalah sebuah interpretasi karya yang berperan sebagai alat komunikasi antara pencipta dan pendengar. Inggris adalah salah satu negara

yang menjadi pop culture music terbesar di dunia, yang banyak melahirkan tokoh maupun talenta yang sangat terkenal dan selalu membawa pengaruh besar ke negara lain. Industri musik di Inggris menjadi tolak ukur perkembangan music dunia, di samping persaingannya dengan Amerika maka tidak heran jika ada hal-hal baru yang bermunculan dari kedua negara tersebut menjadi sebuah trend di negara lain.

Perkembangan Pendidikan Musik telah mengalami peningkatan yang signifikan. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya sekolah yang mengajarkan musik, misalnya sekolah kejuruan Musik seperti SMK hingga perguruan tinggi. Berkembangnya Pendidikan musik yang disuguhkan berbagai jenis model, yakni secara formal, informal dan nonformal yang bertujuan agar dapat memberikan pembelajaran dan perkembangan terkait keterampilan. Belajar adalah rangkaian kegiatan jiwa raga psiko fisik untuk menuju perkembangan pribadi manusia seutuhnya yang berarti menyangkut unsur cipta, rasa, karsa ranah kognitif, afektif, dan psikomotor (Sardiman,2010). Salah satu Lembaga informal yang menyediakan Pendidikan Musik yaitu Purwacaraka Musik Studio. Lembaga ini sudah tidak asing lagi ditelinga masyarakat karena sudah berdiri sejak lama dan memiliki banyak sekali cabang di berbagai kota di Indonesia dengan usia yang beragam mulai usia 10 tahun hingga dewasa. Pada usia 10-12 tahun, berada dalam periode intelektual (berpikir obyektif) di mana seorang anak mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang paling pesat baik fisik maupun mental (Kartono, 1995:138).

Di dalam sebuah karya Musik terdapat Hak cipta/kepemilikan pribadi atas suatu ciptaan dalam bidang seni, sastra dan ilmu pengetahuan. Dalam perlindungan suatu karya kepemilikan/hak cipta (copyright) sangat berguna bagi seniman. Ketika seseorang menciptakan suatu karya, harus segera membuat surat kepemilikan/hak cipta untuk karya nya guna untuk melindungi karya nya agar tidak

di plagiasi oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Dengan demikian sudah ditetapkan pada Undang-undang nomor 19 tahun 2002 mengenai hak cipta yang bertujuan terciptanya masyarakat Indonesia yang adil, Makmur, maju dan mandiri. Dalam kerangka perlindungan hak cipta (copyright) hukum membedakan 2 macam hak yang pertama yaitu, hak ekoomi (economic right) yang berhubungan ekonomi pencipta bertujuan agar pencipta tetap mendapatkan royalti atas penggunaan karya cipta yang dilindungi. Hak yang ke dua adalah hak moral (moralright) yang berkaitan perlindungan kepentingan nama baik pencipta guna untuk mencantumkan nama pencipta dan agar tidak menambahkan isi karya cipta (Abdulkadir Muhammad, 1998). YKCI yaitu Yayasan Karya Cipta Indonesia selaku Lembaga yang dapat memudahkan pembayaran royalti. Salah satu permasalahan yang sering kita temui dalam hal Hak cipta yakni kesulitan dalam prosedur pembayaran. Dengan adanya Lembaga YKCI ini kita sebagai pencipta karya musik dapat lebih mudah untuk mem proses komersil lagu.

Youtube menjadi salah satu platform terbesar dalam social media terutama dalam membuat konten. Situs ini tidak hanya digunakan untuk menonton video, tetapi juga dapat mengunggah berbagai macam konten video seperti video clip, film pendek, video tutorial, vlog hingga saat ini youtube dapat memutar karya berbentuk Musik, yaitu Youtube music. Aplikasi youtube dapat diakses oleh kalangan apapun secara gratis. Saat ini telah menjadi tren khusus bagi para penyanyi, musisi dan konten creator lainnya yang gemar membuat konten sesuai lagu yang saat itu sedang hits atau tren. Mulai dari cover, parodi, dance, hingga konten yang berwawasan. Selain berguna untuk mengikuti tren, hal ini tentu dapat menaikkan branding nama atau Bahasa yang kita kenal saat ini yaitu Viral. Biasanya, metode ini digunakan selain untuk menaikkan nama juga untuk meningkatkan pemasaran pada penjualan

produk. Sangat disayangkan beberapa pihak terkadang membuat remix dan mem publish ulang di beberapa platform tanpa seizin pemilik lagu, tentu hal ini sangat merugikan. Padahal sudah dijelaskan dalam Pasal 24 ayat 2 UUHC “suatu ciptaan tidak boleh diubah walaupun hak cipta telah diserahkan kepada pihak lain, kecuali dengan persetujuan pencipta atau dengan persetujuan ahli warisnya dalam hal pencipta telah meninggal dunia”. Saat ini masyarakat cukup tergiur dengan segala penawaran yang ada di youtube, dengan hanya mengunggah video konten dengan tema apapun mereka dapat menghasilkan keuntungan komersial. Di samping kemudahan dan penawaran dari pihak youtube era globalisasi ini memang memberikan banyak keuntungan bagi media internet guna untuk menjadi salah satu tempat yang sangat menjanjikan sebagai ladang bisnis. Salah satunya yaitu Adsense. Adsense yaitu upaya yang dapat dilakukan oleh seseorang untuk memperoleh pendapatan yang ia dapatkan melalui konten yang ia unggah melalui media platform Youtube. Hanya dengan mengunggah video, dan memonetisasi video tersebut masyarakat dapat memperoleh hasil yang sangat besar tergantung dari jumlah penonton nya.

Pada era Globalisasi saat ini dicirikan dengan salah satunya pertukaran informasi lintas bangsa melalui berbagai media. Bahasa asing menjadi salah satu media komunikasi yang vital di era ini. Bahasa inggris, seperti yang kita ketahui merupakan Bahasa Internasional yang saat ini menjadi acuan utama sebagai seorang pelajar. Bahasa inggris menjadi salah satu Bahasa yang istimewa. Salah satu bukti keistimewaannya yaitu pemerintah mewajibkan mata pelajaran Bahasa inggris pada SLTP. Memasuki Lembaga Pendidikan pun saat ini menjadi salah satu syarat khusus agar dapat mengikuti perkembangan zaman dan kurikulum dalam Lembaga tersebut. Hal ini tidak dapat dihindari karena hamper Sebagian besar ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang

apapun di tulis menggunakan Bahasa Inggris. Masyarakat global pada revolusi 4.0 telah menjadi masyarakat dunia yang tidak tersekat oleh jarak dan waktu berkat adanya perkembangan cepat melalui teknologi informasi. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana respon masyarakat khususnya para pecinta music mengenai lagu yang menggunakan dual Bahasa. Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan yaitu untuk menambah pemahaman sekaligus mengetahui lebih detail dan secara teoritis pada lagu *It's only me* pada komersialisasi dan pengaruh nya.

METODE

Penelitian ini melakukan pendekatan dengan narasumber dan informan yang terpercaya yang memiliki kapasitas dalam bidang sesuai dengan tema penelitian yang dilakukan kemudian hasil dari pendekatan penelitian dengan berupa deskriptif bentuk kata dan juga gambaran holistik, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mendapatkan hasil yang di ingin kan dari objek penelitian. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositive, yang di gunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrument kunci, (Sugiono: 2010: 9). Adapun lokasi penelitian ini biasanya merupakan tempat lokasi narasumber utama pada pokok pembahasan dan penelitian ini di lakukan di kampus Universitas Negeri Surabaya, tepatnya di Program Studi Seni Musik, Fakultas Bahasa dan Seni.

Teknik pengumpulan data menggunakan beberapa metode agar menghasilkan data yang sesuatu dan tepat antara lain: observasi, wawancara, Validitas data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Makna Lirik Lagu *It's Only Me*

Lagu ini diciptakan dari inspirasi hati yang penuh dengan bunga kiasan hati.

Terinspirasi dari kenangan seseorang dalam mencintai sepihak. *Kaleb Jonathan* atau yang biasa dikenal dengan sapaan *Kaleb J* baru-baru ini menggemparkan Industri Musik dengan karya nya yang berjudul *It's Only Me* yang viral di beberapa Platform *social media* seperti Tiktok. Lagu *It's Only Me* adalah single pertama dari album *Kaleb J Melancholy* yang telah debut oleh *Kaleb J*. Lagu ini ditulis oleh *Kaleb J*, *Abraham Edo* dan *Belanegara Abe*. Proses pembuatan lagu ini hanya memakan 1 hari saja, kemudian rilis pada tahun 2020 di bawah label *Passion Vibe*. *Passion Vibe* adalah sebuah Record Label yang bertanggung jawab atas beberapa Artist. *Passion Vibe* telah berdiri sejak Juni,2018 di bawah naungan *Belanegara Abimanyu*. Lagu *It's Only Me* sukses menempati peringkat pertama Spotify yakni Viral ke 50 versi Global dan Viral 50 versi Indonesia. Hingga saat ini, Rabu (31/05/2023) lagu ini memiliki 121,742,921 Juta *views* di platform Spotify saja. Untuk video clip lagu *It's only me* ini telah memiliki 69 juta views pada kanal Youtube *Passion Vibe*. Dalam penulisan lagu ini *Kaleb J* mengatakan bahwa tidak ada proses yang menghambat berjalannya produksi, karena pada dasarnya lagu ini di tulis seperti apa yang dialami oleh penulis (*Kaleb J*). Lagu ini menceritakan kisah cinta seorang pria kepada wanita yang ia cintai, namun cinta ini berakhir sepihak dan tidak menuntut balasan. Dari kisah ini, *Kaleb J* merasa ia bisa belajar bagaimana cara mencintai dengan tulus tanpa harus memiliki. Sesuai dengan personal *Kaleb J* yang melankolis, lagu ini ber genre pop dengan vibes yang sedih namun tetap manis. *Kaleb J* membawakan Lagu *It's Only Me* dengan beberapa aransemen seperti gitar, drum & percussions, bass, pads. Alasan *Kaleb J* menggunakan dua Bahasa dalam lagu *It's Only Me*, karena ia ingin lagu ini dapat diminati tidak hanya oleh orang Indonesia saja, ia berharap seluruh kalangan dari negara mana pun bisa menikmati lagu ini.

Pada sebuah lagu tentunya mengandung ungkapan perasaan atau

maksud dalam pencipta lagu tersebut, seperti halnya lagu *It's Only Me*. Berikut uraian makna lirik lagu tersebut:

Tabel 1 Makna Lirik Lagu

Teks Lirik lagu	Makna lagu
Verse 1	
Selama ini ribuan hari Kudekat denganmu Lewati berbagai hal ku ada di sisi mu	Pada bagian ini sang penulis lagu merasa banyak melewati hari Bersama wanita yang ia cintai.
Tanpa kau tahu perasaan ku padamu Sendiri ku berharap Memberi kasih walau tak kembali	Wanita yang penulis cintai tidak pernah mengerti ada perasaan yang penulis harapkan dan simpan, tanpa berharap wanita yang ia cintai dapat membalas apa yang penulis beri dan rasakan
Reff	
<i>I maybe not yours and you're not mine But I'll be there for you when you need me It is only me Believe me girl it's only me Yeah it's only me</i>	Penulis berbicara dengan hati bahwa ia bukan milik wanita yang ia cintai begitu pun sebaliknya, namun penulis akan selalu ada di samping wanita yang ia cintai Ketika ia membutuhkan dan hanya penulis yang akan selalu ada untuknya.
<i>I will always be the one who pull you up When everybody push you down And it's only me Believe me girl it's only me Yeah it's only me</i>	Penulis akan selalu menjadi satu-satunya yang akan mendukung dalam situasi dan kondisi apapun
Verse 2	
Sekali pun kau tak pernah perdulikan rasa ku Ku takkan acuhkan dirimu Tapi kuharap suatu saat nanti kau tahu	Penulis tidak akan mengacuhkan wanita yang ia cintai, namun penulis berharap suatu saat nanti wanita itu mengetahui bahwa penulis sangat menyayanginya dengan ikhlas
Sendiri ku berharap Memberi kasih walau tak kembali	Penulis telah memberi segala cara untuk bisa mendapatkan hati wanita nya, namun ia tetap berharap sendirian dan harapannya tak Kembali baik pada nya.
Brige	
Aku memang bukan Rasa yang kau mau Namun ku kan slalu ada Untukmu untukmu	Penulis merasa dirinya bukan seperti apay g wanita mau dalam hati nya, tetapi penulis berjanji akan selalu ada untuk wanita yang ia cintai.

B. Strategi Pemasaran Lagu Kaleb J

Industri musik pop terus berkembang dengan pesat, dan strategi pemasaran yang efektif memainkan peran kunci dalam kesuksesan lagu-lagu pop terkini. Dalam era digital yang terhubung, ada sejumlah strategi yang dapat digunakan untuk mempromosikan lagu pop dan mencapai khalayak yang lebih luas. Penelitian ini

akan menjelaskan beberapa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Manajemen artis dalam memasarkan lagu yang ingin di promosikan, beberapa Langkah yang dilakukan yakni:

1) Kolaborasi dengan Influencer dan Artis Terkenal

Kolaborasi dengan influencer media sosial dan artis terkenal adalah

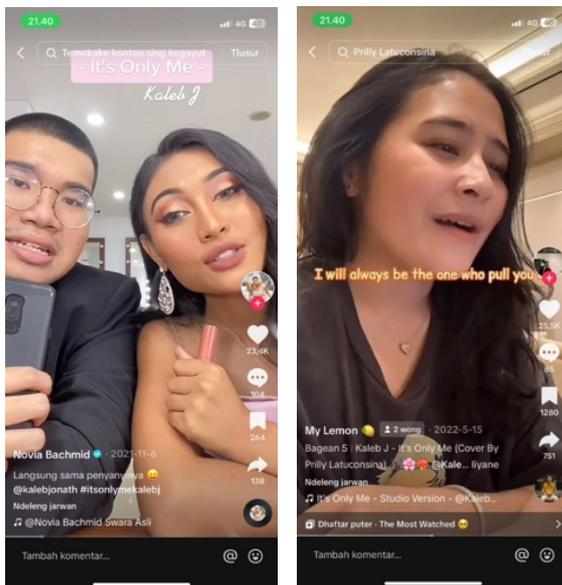
salah satu strategi pemasaran yang efektif dalam dunia musik pop. Kolaborasi tersebut dapat mencakup kerjasama dalam pembuatan konten di media sosial, penampilan bersama dalam konser, atau bahkan merilis lagu bersama. Dengan memanfaatkan basis penggemar yang ada, kolaborasi semacam itu dapat membantu memperluas jangkauan dan popularitas lagu pop terkini. Pada lagu *It's Only Me* ini, penulis (*Kaleb J*) tidak berkolaborasi dengan Artis maupun Influencer. Kaleb J merilis lagu secara Solo, namun beberapa deretan artis meng cover lagu *It's Only Me* dengan inisiatif sendiri. Hal ini sangat berpengaruh pada peningkatan/ algoritma pemasaran lagu *It's Only Me*.



Gambar 1 Kolaborasi Tik-tok dengan artis terkenal
(Sumber: tik-tok)

Cover lagu telah ada dalam industri musik selama puluhan tahun. Cover lagu mengacu pada interpretasi ulang dari lagu yang sudah ada oleh seniman atau band lain. Ada beberapa alasan mengapa seniman memilih untuk melakukan cover lagu:

- (a) Penghormatan dan apresiasi: Melalui cover lagu, seniman dapat mengungkapkan penghargaan mereka terhadap artis atau band yang telah menginspirasi mereka. Ini bisa menjadi cara untuk menghormati musisi favorit mereka atau lagu yang telah memengaruhi karier mereka.
- (b) Ketika seorang seniman terkenal atau populer melakukan cover lagu, itu dapat membantu memperkenalkan lagu tersebut kepada audiens yang mungkin belum pernah mendengarnya sebelumnya. Hal ini dapat meningkatkan popularitas lagu tersebut dan menghasilkan lebih banyak penggemar untuk artis aslinya begitu juga dengan yang meng cover lagu.



- (c) Sentuhan pribadi dan interpretasi baru: Dalam melakukan cover lagu, seniman seringkali memberikan sentuhan pribadi mereka (ciri khas) sendiri pada lagu tersebut. Mereka dapat mengubah gaya musik, pengaturan instrumen, atau memberikan vokal yang berbeda untuk menciptakan interpretasi yang unik. Ini memungkinkan lagu tersebut memiliki nuansa baru dan memberikan pengalaman mendengarkan yang segar bagi pendengar.
- (d) Pengenalan gaya dan genre baru: Seorang seniman dapat menggunakan cover lagu sebagai sarana untuk menjelajahi gaya dan genre musik yang berbeda. Misalnya, seorang artis pop dapat mencoba melakukan cover lagu dalam genre rock atau hip-hop untuk mengeksplorasi kemampuan vokal dan kemampuan adaptasi mereka.
- (e) Permintaan dari penggemar: Terkadang, seniman melakukan cover lagu berdasarkan permintaan dari penggemar mereka. Penggemar yang menghargai suara dan gaya bermusik seniman mungkin ingin mendengarkan interpretasi mereka dari lagu-lagu tertentu.

Cover lagu dapat memberikan keragaman dan kesegaran dalam industri musik. Dalam beberapa kasus, cover lagu dapat menjadi lebih populer daripada versi aslinya, mencapai kesuksesan yang lebih besar di tangga lagu. Bagi pendengar, cover lagu juga dapat memberikan alternatif menarik untuk lagu-lagu yang sudah akrab dengan pendengaran mereka.

Pada gambar di atas, merupakan bentuk kolaborasi dan juga cover lagu dengan beberapa Artist Indonesia hingga Boyband Korea. Kolaborasi maupun cover lagu ini sangat berpengaruh pada peningkatan hasil komersialisasi. Cover lagu semacam ini bukan sebuah perencanaan dari Kaleb J, ini merupakan inisiatif dari pribadi masing-masing Ketika mereka tertarik dan menyenangi lagu tersebut. Cover lagu dalam industry music

ini sudah ada sejak dulu. Praktik meng-cover lagu dalam industri musik memiliki dampak yang luas dan kompleks, dan dapat ditinjau dari beberapa perspektif.

Di satu sisi, meng-cover lagu dapat memberikan keuntungan bagi artis yang melakukannya: (a) Eksposur dan pengakuan: Dalam beberapa kasus, meng-cover lagu yang populer atau terkenal dapat memberikan eksposur yang signifikan bagi artis yang melakukannya. Jika cover lagu tersebut berhasil, artis tersebut dapat menarik perhatian khalayak yang lebih luas dan mendapatkan pengakuan atas keterampilan vokal atau interpretasi mereka, (b) Pembuatan ikatan dengan pendengar: Cover lagu yang dilakukan dengan baik dapat membantu artis membangun ikatan emosional dengan pendengar. Jika seseorang memiliki kenangan atau hubungan emosional dengan lagu asli, mendengarkan interpretasi baru oleh artis yang disukai dapat menciptakan ikatan sentimental yang kuat.

Namun, di sisi lain, ada beberapa masalah yang terkait dengan hak cipta dan pelanggaran hak: (a) Pelanggaran hak cipta: Dalam beberapa kasus, meng-cover lagu tanpa izin dari pemilik hak cipta dapat dianggap sebagai pelanggaran. Setiap lagu memiliki pemilik hak cipta yang memiliki hak eksklusif untuk mereproduksi, mendistribusikan, atau melakukan karya tersebut. Artis yang ingin meng-cover lagu harus memperoleh izin atau lisensi yang tepat dari pemilik hak cipta untuk menghindari masalah hukum, (b) Royalti dan pembagian pendapatan: Jika seorang artis meng-cover lagu yang dilindungi hak cipta, mereka mungkin harus membayar royalti kepada pemilik hak cipta atau penerbit lagu. Pembagian pendapatan juga dapat menjadi masalah jika cover lagu tersebut mendapatkan popularitas besar atau menghasilkan pendapatan yang signifikan.

Penting untuk mencatat bahwa praktik meng-cover lagu dapat berbeda di berbagai negara dan tunduk pada undang-undang hak cipta yang berlaku. Beberapa

negara memiliki peraturan khusus tentang penggunaan lagu cover dalam konteks artistik atau parodi. Agar artis dapat menghindari masalah hukum dan etika, penting untuk memastikan bahwa izin atau lisensi yang diperlukan diperoleh sebelum melakukan cover lagu yang dilindungi hak cipta. Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UUHC) di Indonesia mengatur tentang hak cipta, termasuk hak moral dan hak ekonomi yang melekat pada pencipta. Hak moral yang melekat pada pencipta meliputi hak-hak yang berkaitan dengan pengakuan terhadap karya dan integritas karya tersebut. Ini mencakup hak untuk mencantumkan atau tidak mencantumkan nama pencipta pada salinan karya yang digunakan untuk umum, menggunakan nama alias atau samaran, mengubah karya sesuai dengan etika sosial, mengubah judul dan anak judul karya, serta mempertahankan hak dalam kasus distorsi, mutilasi, modifikasi, atau tindakan yang merugikan kehormatan atau reputasi pencipta. Sementara itu, hak ekonomi mencakup hak eksklusif pencipta atau pemegang hak cipta untuk memperoleh manfaat ekonomi dari karya tersebut. Hak ekonomi meliputi penerbitan karya, penggandaan dalam segala bentuk, penerjemahan, adaptasi, aransemen, distribusi, pertunjukan, pengumuman, komunikasi, dan penyewaan karya. Namun, perlu dicatat bahwa dalam Pasal 43 huruf d UUHC, terdapat pengecualian di mana pembuatan dan penyebaran konten hak cipta melalui media teknologi informasi dan komunikasi yang bersifat tidak komersial dan/atau menguntungkan pencipta atau pihak terkait, atau jika pencipta tidak keberatan atas pembuatan dan penyebaran tersebut, tidak dianggap sebagai pelanggaran hak cipta.

Pada dasarnya, penting bagi seniman yang ingin melakukan cover lagu untuk memahami undang-undang hak cipta yang berlaku di negara mereka dan memperoleh izin atau lisensi yang sesuai ketika diperlukan. Ini akan membantu melindungi hak-hak pencipta asli dan mencegah

pelanggaran hak cipta. Namun, hal ini jarang terjadi di era saat ini. Mungkin beberapa kali terjadi jika dalam meng cover lagu tidak mencantumkan link lagu aslinya sehingga pemilik lagu memepromasalahkan Hak Cipta. Hal itu terjadi karena sang penulis lagu tidak mendapatkan royalti sama sekali sehingga orang lain dapat berasumsi bahwa lagu tersebut milik seseorang yang meng cover. Dari kejadian di atas bukanlah suatu permasalahan jika kedua belah pihak saling mendapatkan exposure dan tidak memberatkan satu sama lain.

2) Penggunaan Platform Musik Streaming

Streaming musik telah menjadi tren utama dalam konsumsi musik saat ini. Lagu pop terkini harus tersedia di berbagai platform musik streaming seperti Spotify, Apple Music, dan Deezer. Selain itu, penting juga untuk mempromosikan lagu melalui playlist yang populer di platform tersebut. Dengan melakukan promosi melalui platform streaming, lagu pop dapat mencapai lebih banyak pendengar potensial dan memperoleh eksposur yang lebih besar. Aplikasi streaming musik telah mengubah cara konsumsi musik dan berdampak besar pada industri musik lokal di Indonesia. Berikut adalah beberapa dampak yang terkait dengan aplikasi streaming musik:

(a) Aksesibilitas yang luas

Aplikasi streaming musik memungkinkan masyarakat Indonesia untuk mengakses ribuan lagu dari berbagai genre dengan mudah dan cepat. Melalui koneksi internet, pendengar dapat menikmati lagu-lagu favorit mereka di mana saja dan kapan saja menggunakan perangkat mobile atau komputer.

(b) Dukungan terhadap musisi indie dan lokal

Aplikasi streaming musik memberikan kesempatan yang lebih besar bagi musisi indie dan lokal untuk memperoleh pendengar baru. Mereka dapat mengunggah musik mereka ke platform streaming musik dan menjangkau audiens yang lebih luas tanpa memerlukan distribusi fisik seperti

CD. Ini membantu dalam mempromosikan karya mereka dan memperluas jangkauan popularitas.

(c) Monetisasi melalui streaming

Meskipun royalti dari streaming musik mungkin tidak besar per putaran, jumlah pendengar yang luas dan kesempatan bagi musisi untuk membangun basis penggemar yang setia dapat menghasilkan penghasilan yang stabil. Musisi dapat mendapatkan royalti dari setiap stream yang dilakukan pada lagu-lagu mereka, dan dengan peningkatan popularitas, penghasilan mereka dapat bertambah.

(d) Kurasi musik dan temuan baru

Aplikasi streaming musik juga menyediakan fitur kurasi musik yang membantu pendengar menemukan lagu-lagu baru dan mengeksplorasi genre yang berbeda. Ini memberikan kesempatan bagi musisi baru atau kurang dikenal untuk ditemukan oleh pendengar yang lebih luas, memperluas ekspresi seni dan variasi musik yang dapat dinikmati oleh audiens.

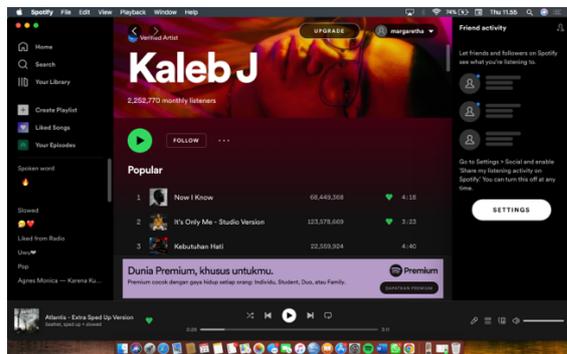
(e) Pengukuran data dan analitik

Aplikasi streaming musik memberikan akses ke data dan analitik yang mendalam tentang perilaku pendengar. Ini memberikan wawasan berharga bagi musisi dan label rekaman dalam memahami preferensi pendengar mereka, tren musik, dan cara memasarkan karya mereka lebih efektif.

pendengar di platform Spotify. Meskipun aplikasi streaming musik memberikan manfaat dalam hal kemudahan akses dan promosi bagi musisi indie, masih ada tantangan dalam hal pembagian royalti yang adil dan keberlanjutan ekonomi bagi semua pemangku kepentingan dalam industri musik. Namun, secara keseluruhan, aplikasi streaming musik telah membantu mendorong pertumbuhan industri musik lokal di Indonesia dengan menciptakan saluran distribusi yang lebih luas dan mendukung keberagaman musisi dan genre musik.

Pertumbuhan pasar musik digital yang signifikan yang terjadi di Indonesia sejalan dengan tren global dalam industri musik. Aplikasi streaming musik telah memainkan peran penting dalam mempercepat pertumbuhan tersebut. Seperti dalam laporan Global Music Report 2021 yang diterbitkan oleh IFPI, peningkatan pendapatan dari pasar musik digital di Indonesia sebesar 21,5% pada tahun 2020 menunjukkan adopsi yang kuat terhadap layanan streaming musik. Aplikasi streaming musik telah menjadi sumber pendapatan terbesar dalam industri musik di Indonesia, menggantikan model bisnis tradisional seperti penjualan CD fisik. Ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin beralih ke platform streaming musik untuk mengonsumsi musik secara praktis dan mudah. Pertumbuhan yang pesat ini sebagian besar didorong oleh keberadaan teknologi dan akses internet yang lebih luas di Indonesia, yang memungkinkan lebih banyak orang untuk mengakses layanan streaming musik.

Perubahan ini juga menggambarkan pergeseran tren konsumsi musik global, di mana model berlangganan streaming musik menjadi preferensi utama bagi banyak pendengar. Hal ini memberikan peluang bagi musisi dan label rekaman untuk mengembangkan audiens mereka dan meningkatkan pendapatan melalui streaming musik. Namun, penting untuk dicatat bahwa sementara pendapatan dari streaming musik meningkat, masih ada



Gambar 2 Laman Spotify Kaleb J
(Sumber: spotify)

Menurut gambar di atas, lagu 'It's Only Me' ciptaan Kaleb J dapat dilihat secara analitik data dengan sejumlah views 123,500,111 ribu dan 2,258,899 juta

tantangan terkait dengan pembagian royalti yang adil dan keberlanjutan ekonomi bagi semua pemangku kepentingan dalam industri musik. Para pelaku industri terus bekerja untuk mencari solusi yang dapat memastikan bahwa musisi dan pencipta lagu mendapatkan penghargaan dan kompensasi yang pantas atas karya mereka. Secara keseluruhan, perkembangan pasar musik digital di Indonesia yang didukung oleh aplikasi streaming musik mencerminkan perubahan dalam perilaku konsumen dan membuka peluang baru bagi musisi serta industri musik secara keseluruhan. Pada lagu *It's Only Me* ini Kaleb J merilis lagunya di seluruh digital platform, beberapa di antaranya seperti Spotify, joox, apple music, resso, youtube dsb. Sehingga para pendengar dapat menikmati di platform kecintaan mereka.

3) Konten Visual yang Menarik

Video musik memiliki daya tarik yang kuat dalam mempromosikan lagu pop terkini. Membuat video musik berkualitas tinggi dengan konsep kreatif dan menarik dapat membantu menarik perhatian khalayak yang lebih luas. Video musik dapat dipublikasikan melalui saluran YouTube, platform media sosial, atau digunakan dalam kampanye iklan. Memastikan bahwa video musik mudah dibagikan dan viral dapat membantu memperluas jangkauan lagu pop tersebut.

Music Video merupakan peran penting dalam proses promosi sebuah lagu. Berikut beberapa alasan mengapa video klip memiliki dampak yang signifikan dalam menjangkau penikmat musik secara luas:

(1) Visualisasi Kreatif

Video klip memberikan kesempatan kepada seniman dan pembuat video untuk menghadirkan visi kreatif mereka dalam bentuk visual. Dengan menggabungkan elemen-elemen seperti narasi, kostum, tata rias, sinematografi, dan efek khusus, video klip dapat memberikan pengalaman visual yang menarik bagi penonton.

(2) Meningkatkan Daya Tarik Lagu

Dalam banyak kasus, video klip dapat memperkuat pesan atau tema yang ada dalam lagu dan meningkatkan daya tariknya. Melalui narasi visual yang kuat, video klip dapat memberikan interpretasi baru terhadap lirik dan musik, menambah dimensi emosional dan memperdalam pemahaman tentang lagu tersebut.

(3) Menciptakan Identitas Visual

Video klip juga dapat membantu dalam membangun identitas visual bagi seniman atau grup musik. Melalui estetika, gaya, dan karakter yang ditampilkan dalam video klip, penonton dapat mengidentifikasi dan terhubung dengan seniman secara lebih personal, sehingga meningkatkan daya tarik dan kesetiaan penggemar.

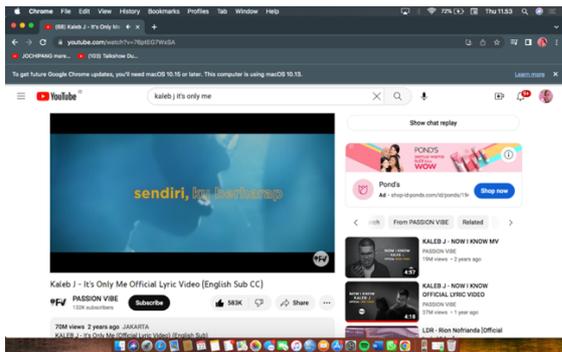
(4) Pemasaran dan Promosi

Video klip dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang efektif dalam memperkenalkan lagu kepada khalayak yang lebih luas. Dengan kemajuan teknologi dan platform online, video klip dapat dengan mudah diunggah dan dibagikan melalui berbagai saluran digital seperti YouTube, platform streaming musik, dan media sosial. Hal ini membantu dalam memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan kesadaran tentang lagu dan seniman.

(5) Pengalaman Multimedia

Dalam era digital saat ini, konsumen cenderung lebih terlibat dengan konten multimedia. Video klip memberikan pengalaman multimedia yang lebih menyeluruh dengan menggabungkan elemen visual, audio, dan narasi. Ini memungkinkan penikmat musik untuk lebih terlibat dan terhubung secara emosional dengan lagu dan seniman, menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan dan berkesan.

Dengan semua keuntungan ini, video klip memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan dan menjangkau penikmat musik secara luas, serta menjadi alat yang efektif dalam mempromosikan lagu dan membangun citra seniman.



Gambar 3 Video klip
(Sumber: youtube)

Pada lagu It's Only Me tentu saja merilis Music Video sekaligus video lirik pada platform Youtube Passion Vibe. Pada umumnya music video dibawakan dengan konsep video klip menggunakan talent untuk acting sesuai dengan storyboard yang telah dibuat seperti isi lagu nya. Namun, Pada music video lagu It's Only Me hanya membawa konsep lipsync dengan video yang bertemakan siluet yang cukup berbeda dari yang lain serta lirik yang berada di bagian tengah frame.

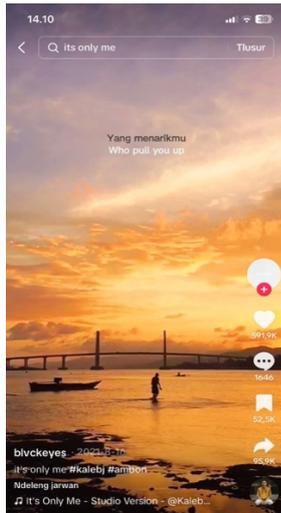
4) Kampanye Media Sosial

Media sosial memainkan peran penting dalam mempromosikan lagu pop terkini. Menciptakan kampanye media sosial yang strategis dengan menggunakan platform seperti Instagram, Twitter, dan TikTok dapat membantu menciptakan buzz dan memperluas jangkauan. Kampanye ini dapat melibatkan teaser lagu, klip musik pendek, tantangan tari, atau penggunaan filter khusus. Melalui partisipasi penggemar dan interaksi online, lagu pop dapat menjadi viral dan mencapai audiens yang lebih luas. Promosi melalui media sosial sangatlah tren saat ini, karena kita dapat mempermudah promosi tanpa harus lebih banyak mengeluarkan biaya dan tenaga. Social media lebih ramai semenjak adanya Covid19. Sejak saat itu banyak seniman hingga pengusaha mengandalkan pemasaran produk nya melalui social media. Instagram, facebook, tiktok, youtube adalah beberapa aplikasi yang selalu ramai da diandalkan para seniman.

Dengan memiliki konten yang berbeda dan menarik konten tersebut akan lebih banyak dijangkau oleh masyarakat. TikTok dan Instagram dapat menjadi platform yang sangat efektif untuk mempromosikan lagu atau musik. Kedua platform ini memiliki audiens yang besar dan beragam, sehingga memberi kesempatan bagi musisi dan label rekaman untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Kaleb J, menggunakan platform Tiktok ini sebagai salah satu strategi marketing dalam pemasaran lagu nya, ia membuat konten menyanyi lagu *It's Only Me* yang ia unggah di laman Tiktok nya sendiri dan video itu pun membawa dampak positif dan sangat ramai, sehingga video tersebut viral. Selain itu, ia juga mengunggah konten cuplikan video pendek dari drama korea yang alur cerita nya mirip, kemudian ia ubah suara music nya menggunakan lagu It's Only Me. Berikut adalah beberapa cara memanfaatkan TikTok dan Instagram sebagai media promosi lagu:

- (1) Buat video pendek yang menarik di TikTok

TikTok dikenal dengan format video pendeknya, dan lagu-lagu sering kali menjadi pusat perhatian di platform ini, kita dapat membuat tantangan tari atau gerakan yang sesuai dengan lagu kita, atau membuat konten kreatif yang relevan dengan lirik atau tema lagu. Jika video tersebut unik dan berbeda dari yang lain, lagu tersebut bisa menjadi viral dan menarik perhatian banyak pengguna.

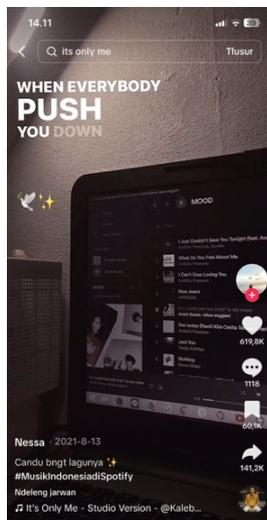


Gambar 4 Konten TikTok kreatif
(Sumber: tik-tok)

Gambar di atas, merupakan VT (video tiktok) yang saat ini sedang tren. Video pendek ber durasi 1 menit menampilkan pemandangan senja serta lirik lagu yang dapat menarik perhatian masyarakat dan cukup berbeda dari yang lain.

(2) Menggunakan musik di TikTok dan Instagram Stories

TikTok dan Instagram menyediakan beragam musik yang dapat digunakan sebagai latar belakang dalam video atau cerita. Kita dapat memilih lagu sendiri atau memanfaatkan popularitas lagu lain yang sedang tren untuk menarik perhatian pengguna dan mempromosikan karya para pengguna.



Gambar 5 Konten Instagram stories kreatif
(Sumber: TikTok)

Tujuan membuat video pendek dengan lirik dan gambar nya yang terkesan deep membuat para pendengar akan lebih merasakan isi/arti dari lagu tersebut yang melankolis dan slow. Hanya dengan konten pendek seperti ini tidak menutup kemungkinan banyak diterima oleh khalayak umum. Seperti pada gambar di atas dengan video lirik saja mampu memiliki 4,6 juta views dan 619,8 ribu likes. Dengan begitu lagu *It's Only Me* semakin terjangkau luas dan mudah diterima banyak orang.

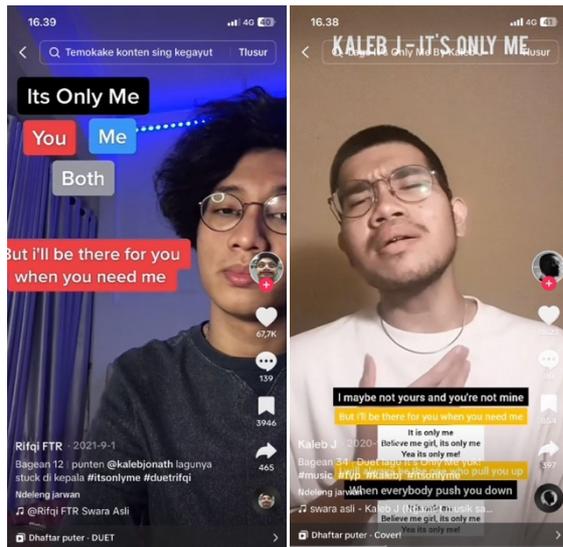
(3) Menggunakan fitur Reels di Instagram

Reels adalah fitur Instagram yang mirip dengan TikTok, di mana kita dapat membuat video pendek dengan music sekaligus membuat konten menarik yang menggabungkan potongan lagu kita dengan video yang kreatif. Pastikan untuk menggunakan tagar dan mencantumkan detail tentang lagu, agar pengguna dapat menemukan dan mendengarkan lagu secara lengkap.

(4) Gunakan iklan berbayar

Baik TikTok maupun Instagram menawarkan opsi iklan berbayar yang dapat kita manfaatkan untuk mempromosikan lagu kepada audiens yang lebih besar. Kita dapat membuat iklan video atau iklan yang menampilkan gambar dengan teks menarik yang mengundang orang untuk mendengarkan lagu pengguna. Selalu ingat bahwa kesuksesan promosi lagu melalui TikTok dan Instagram juga bergantung pada kualitas musik dan konten yang kita tawarkan. Pastikan lagu tersebut menarik dan sesuai dengan selera target audiens, serta membuat konten yang menarik dan kreatif untuk menarik perhatian pengguna di kedua platform tersebut.

Selain menggunakan beberapa konten di atas, pada aplikasi tiktok juga ada fitur Duet. Fitur ini memudahkan pendengar untuk dapat ber duet atau menyanyi secara online Bersama sang pemilik lagu



Gambar 6 Konten fitur duet TikTok
(Sumber: TikTok)

TikTok telah membawa perubahan besar dalam industri musik dan cara promosi lagu-lagu artis. TikTok menawarkan berbagai efek suara dan filter kreatif yang dapat digunakan pengguna dalam video mereka. Ini memberikan kesempatan bagi musisi untuk menciptakan klip pendek yang menarik dengan menggunakan efek dan filter yang unik untuk menyoroti lagu mereka. Hal ini dapat menciptakan pengalaman audiovisual yang menarik dan membuat pengguna tertarik untuk mencari tahu lebih banyak tentang lagu tersebut. Penyebaran melalui kolaborasi juga memungkinkan pengguna untuk menciptakan peluang bagi musisi untuk berkolaborasi dengan pengguna TikTok yang populer atau influencer untuk menciptakan video bersama yang menampilkan lagu mereka. Kolaborasi semacam ini dapat membantu memperluas jangkauan lagu dan mencapai audiens yang lebih luas. Algoritma TikTok sangat kuat dalam menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna. Jika lagu kita mendapatkan popularitas dan mendapat banyak interaksi positif, algoritma akan memperluas jangkauannya dan menyarakannya kepada pengguna lain yang mungkin tertarik dengan lagu tersebut. Ini memberikan peluang besar

bagi lagu-lagu yang menarik minat pengguna untuk mendapatkan eksposur yang luas.

Dengan pertumbuhan yang terus berlanjut dan pengaruh yang terus meningkat, TikTok tetap menjadi platform yang sangat menarik bagi musisi dan industri musik secara keseluruhan. Para musisi dapat memanfaatkan daya tarik dan keunikan TikTok dalam mempromosikan lagu-lagu mereka dengan cara yang menarik, kreatif, dan mudah diakses oleh publik.

5) *Konser dan tour*

Konser langsung dan tur adalah cara yang efektif untuk mempromosikan lagu pop terkini dan membangun koneksi langsung dengan penggemar. Mengadakan konser, baik secara daring maupun tatap muka, memungkinkan artis untuk tampil langsung dan menyampaikan energi yang lebih personal kepada penggemar. Pemasaran lagu melalui konser dan tour secara offline sangat berpengaruh pada peningkatan algoritma pemasaran lagu. Berikut beberapa alasan mengapa hal ini dapat terjadi:

(a) Ekspose kepada khalayak yang lebih luas

Dengan melakukan konser dan tur musik, artis dapat tampil di berbagai kota atau bahkan negara yang berbeda. Ini memungkinkan mereka untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan memperkenalkan lagu-lagu baru kepada pendengar potensial yang mungkin belum pernah mendengarnya sebelumnya.

(b) Meningkatkan kesadaran dan kepopuleran

Konser dan tur musik dapat menciptakan buzz dan kegembiraan di antara penggemar musik. Ini memberikan kesempatan bagi artis untuk meningkatkan kesadaran tentang lagu-lagu mereka dan membangun basis penggemar yang lebih besar. Semakin banyak orang yang terpapar dengan lagu-lagu tersebut melalui penampilan langsung, semakin besar peluang lagu tersebut menjadi populer.

(c) Interaksi langsung dengan penggemar

Konser dan tur musik memberikan kesempatan bagi artis untuk berinteraksi langsung dengan penggemar mereka. Melalui pertunjukan langsung, artis dapat menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi penggemar dan memperkuat ikatan emosional antara penggemar dan lagu-lagu mereka. Pengalaman positif ini dapat mendorong penggemar untuk lebih aktif membagikan lagu-lagu tersebut kepada orang lain dan merekomendasikannya.

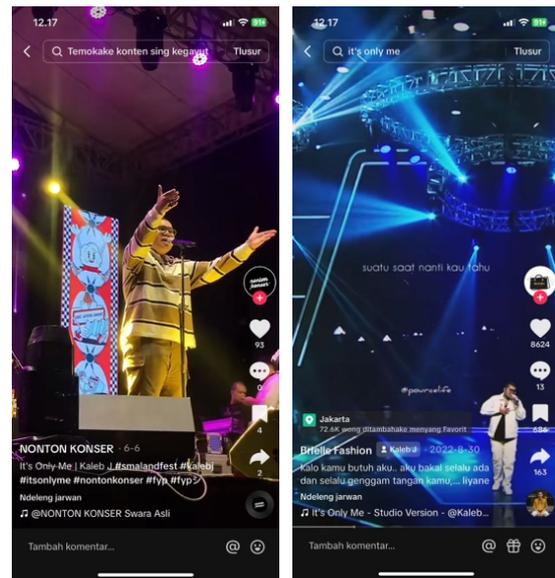
(d) Meningkatkan penjualan dan streaming

Konser dan tur musik sering kali berdampak positif pada penjualan musik dan streaming. Setelah menyaksikan penampilan langsung yang mengagumkan, banyak penggemar cenderung membeli album fisik atau unduhan digital dari lagu-lagu yang mereka nikmati. Selain itu, konser dan tur musik dapat memicu peningkatan streaming lagu-lagu tersebut di platform musik digital.

(e) Efek viral

Penampilan konser yang luar biasa atau momen menarik selama tur musik dapat menjadi viral di media sosial dan platform berbagi video. Ini dapat memberikan dorongan tambahan dalam pemasaran lagu dan membantu meningkatkan kepopuleran serta visibilitas artis secara keseluruhan.

Meskipun konser dan tur musik dapat memberikan manfaat besar dalam pemasaran lagu, penting untuk diketahui bahwa promosi lainnya juga perlu dilakukan secara simultan untuk memastikan pemasaran yang efektif. Tidak terlepas dari Kaleb J, ia juga melakukan konser di beberapa kota besar dengan berbagai event sebagai seorang Guest Star. Selain konser dan tour, Kaleb J juga menerima show performance pada beberapa Televisi untuk disiarkan secara *On Air* maupun *Tapping*.



Gambar 7 Live nonton TikTok
(Sumber: TikTok)

Algoritma pemasaran lagu di konser sebenarnya tidak terlalu berlaku dalam arti yang sama seperti algoritma yang digunakan dalam pemasaran digital. Namun, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran lagu di konser music dan kita dapat menjadikan algoritma sebagai salah satu acuan target untuk pemasaran karya berikutnya. Berikut adalah beberapa pertimbangan yang dapat dilihat melalui algoritma pemasaran saat konser:

(a) Pemilihan setlist

Artis harus memilih setlist yang menarik untuk konser mereka. Ini termasuk memasukkan lagu-lagu populer dan hits terbaru mereka untuk memastikan penonton merasa terhubung dan terlibat. Setlist yang disusun dengan baik dapat membantu mempromosikan lagu-lagu tertentu dan mendorong penggemar untuk lebih mengenal karya terbaru.

(b) Pertunjukan yang menarik

Penampilan panggung yang kuat dan mengesankan dapat menjadi alat pemasaran yang sangat efektif. Menggunakan elemen panggung yang menarik seperti tata panggung, efek visual, pencahayaan, dan koreografi yang kreatif dapat membantu

menarik perhatian penonton dan menciptakan kesan yang mendalam. Pertunjukan yang hebat dapat memperkuat citra artis dan meningkatkan keinginan penonton untuk mencari dan mendengarkan lagu-lagu mereka setelah konser.

(c) Penggunaan *media social*

Meskipun tidak langsung terkait dengan algoritma pemasaran lagu di konser musik, penggunaan media sosial oleh artis dan penggemar dapat memiliki dampak besar pada promosi lagu. Artis dapat memposting cuplikan konser, foto-foto, atau video di media sosial mereka untuk memberikan penggemar sedikit gambaran tentang pengalaman konser dan mendorong mereka untuk berbagi dan mempromosikan lagu-lagu tersebut.

(d) Merchandise

Konser musik adalah kesempatan yang baik untuk menjual merchandise artis, seperti album fisik, t-shirt, poster, atau merchandise lainnya. Penggemar yang membeli merchandise artis akan memiliki akses fisik ke lagu-lagu mereka dan dapat memperkenalkannya kepada orang lain. Selain itu, penggemar yang menggunakan merchandise artis di tempat umum dapat memberikan visibilitas tambahan dan promosi secara tidak langsung untuk lagu-lagu tersebut.

(e) Dampak sosial

Konser musik sering kali menciptakan momen sosial yang berdampak besar. Melalui konser, penggemar dapat merasakan rasa persatuan dengan penggemar lainnya, berinteraksi, dan berbagi pengalaman. Momen ini dapat memicu fenomena sosial di media sosial, di mana penggemar membagikan pengalaman mereka dengan menggunakan hashtag khusus atau melalui foto dan video. Ini dapat memperluas jangkauan lagu-lagu dan memperkuat eksposur artis secara keseluruhan. Meskipun algoritma tidak langsung terlibat dalam pemasaran lagu di konser musik, strategi pemasaran yang dipertimbangkan dan efektif dapat memberikan dampak yang positif dalam

memperkenalkan lagu-lagu kepada penggemar dan memperluas audiens artis.

KESIMPULAN

Dari penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa lagu "*It's Only Me*" memiliki makna yang sangat dalam dan menyentuh. Dengan personality Kaleb J yang mellow, lagu ini di bawakan dengan vibes yang sedih namun tetap manis. Lagu ini memiliki makna cinta sepihak. Kaleb J mencintai wanita yang hatinya tidak untuk Kaleb. Apapun dan dalam kondisi bagaimana pun, Kaleb J akan selalu ada untuk wanita yang ia cinta ini. Namun, cinta ini tak berbalas. Dari kisah ini Kaleb belajar arti mencintai dengan tulus tanpa harus memiliki dan tanpa menuntut balasan.

Lagu *It's Only Me* adalah salah satu lagu pertama yang di tulis oleh Kaleb J pada tahun 2020. Lagu ini berhasil meraih menempati peringkat pertama Spotify yakni Viral ke 50 versi Global dan Viral 50 versi Indonesia. Hingga saat ini, Rabu (31/05/2023) lagu ini memiliki 121,742,921 Juta views di platform Spotify. Sedangkan pada platform Youtube telah mendapatkan 70 juta tonton. Tentu nya dengan algoritma di atas, Kaleb J hanya menggunakan metode pemasaran seperti membuat konten pendek pada platform Tiktok dan Instagram. Kaleb membuat satu cuplikan drama Korea kemudian mengganti sound nya dengan lagu Kaleb yang berjudul "*It's Only Me*". Sejak itu konten nya menjadi viral dan ramai di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, A., & Firmansyah, M. A. (2019). *Manajemen Bank Syariah: Implementasi Teori dan Praktek*.
Jamalus. 1996. *Pengajaran Musik Melalui Pengalaman Musik*. Jakarta
Banoe, P. (2003). *Kamus musik*. Kanisius.
Prier, K. E., & Edmund, K. (1996). *Ilmu bentuk musik*. Yogyakarta: Pusat Musik Liturgi.

- Prier, K. E., & Edmund, K. (2011). Kamus Musik. Yogyakarta: Pusat Musik Liturgi.
- Sugiyono, P. D. "Metode Peneliiian." *Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2010).
- Suyanto, M. (2007). *Marketing strategy top brand Indonesia*. Penerbit Andi.
- Suyanto, M. (2004). *Analisis & desain aplikasi multimedia untuk pemasaran*. Penerbit Andi.
- Ramdan, N. S. F., & Humaira, A. (2022). *Analisis gaya Bahasa dalam lirik lagu "cinta luar biasa" Andmesh Kamaleng*. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 1(3), 29- 33.
- Nugraha, R. P. (2016). Konstruksi nilai-nilai nasionalisme dalam lirik lagu (Analisis semiotika Ferdinand de Saussure pada lirik lagu "bendera"). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 5(3), 290-303.
- Jati, G. B., & Rusdi, F. (2021). Strategi Pemasaran Musisi Indie dalam Industri Musik Indonesia (Analisis terhadap Adhitia Sofyan). *Prologia*, 5(2), 218-222.
- Ghafara, G. F. (2016). *PROMOSI LAGU-LAGU BAND INDIE INDONESIA MELALUI MEDIA RADIO STREAMING "RURU RADIO"* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Setiawan, D., & Pandrianto, N. (2023). Pemasaran Karya Musik Passion Vibe di Era Digital. *Kiwari*, 2(2), 236- 242.
- <https://www.alonesia.com/entertainment/pr-1917054057/lirik-lagu-dan-chord-its-only-me-kaleb-j-disertai-dengan-terjemahan>