

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemunculan media baru atau new media di era digital ini kita dapat merasakan berbagai ketersediaan digitalisasi komunikasi yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi menurut McQuail (2011). Kemunculan new media ini juga membuka beragam peluang untuk bisnis-bisnis digital sebagai perusahaan yang bergerak di bidang media digital.

Persaingan bisnis di Era digital ini semakin ketat, reputasi perusahaan sangat berpengaruh terhadap minat pelanggan maupun calon pelamar pekerjaan di suatu perusahaan. Menurut Charles J. Fombrum (1996) reputasi dianggap sebagai "persepsi yang berkelanjutan tentang sebuah organisasi yang didasarkan pada pengalaman, sejarah, dan atributnya. Berbagai kemajuan dalam bidang komunikasi dan teknologi informasi telah mengubah cara bisnis berinteraksi dengan audiensnya. Media sosial dan platform online lainnya telah memberi peluang baru untuk membangun branding dan meningkatkan reputasi. Dalam ilmu komunikasi, konsep reputasi perusahaan memengaruhi citra dan kredibilitas organisasi. Para ahli komunikasi menekankan betapa pentingnya komunikasi yang efektif, konsisten, dan strategis untuk membangun dan mengelola reputasi positif perusahaan.

Di Era globalisasi ini marak muncul perusahaan perusahaan Joint Venture. Perusahaan Joint Venture sendiri dikenal juga sebagai usaha patungan, sebuah bentuk kerjasama bisnis antara dua atau lebih pihak untuk membentuk perusahaan baru atau menjalankan proyek tertentu. Pihak-pihak yang terlibat dalam joint venture dapat berupa perusahaan, individu, atau kombinasi keduanya. Mereka sepakat untuk menyumbangkan modal, keahlian, sumber daya, dan/atau teknologi untuk mencapai tujuan bersama.

Salah satu perusahaan hasil joint venture perusahaan adalah Archipelagroove. Archipelagroove sendiri adalah suatu perusahaan joint venture dari Indomusikgram dan Sosialoka yang bergerak di bidang music talent management. Archipelagroove memiliki visi untuk menjadikan rumah bagi kreator musik agar lebih berkembang dan populer. Background dari kedua

perusahaan pendirinya juga bergerak di bidang musik. Indomusikgram sendiri bergerak di bidang musik yang mana perusahaan ini adalah media musik yang cukup populer di Indonesia, Perusahaan ini memfokuskan diri pada pengembangan dan promosi bakat-bakat musik lokal Indonesia, dengan penawaran jasa produksi musik, pengelolaan artis, serta distribusi konten musik. Sosialoka juga bergerak di bidang musik, Sosialoka adalah perusahaan digital marketing agency untuk membantu menumbuhkan kepopuleritasan sebuah musik dari partner atau klien.

Archipelagroove memiliki talent music creator yang disebut “archistar”. Talent dari Archipelagroove ini berasal dari berbagai daerah seperti Sumatera, Sulawesi, Jawa, dan dari kota-kota yang ada di Indonesia. Kepopuleritasan dan reputasi yang baik dari perusahaan di balik perusahaan joint venture Archipelagroove (Indomusikgram) bisa menjadi salah satu faktor minat bergabung kreator musik untuk menjadi bagian dari archistar di Archipelagroove.

Indomusikgram, sebagai pionir dalam mendukung musisi lokal melalui platform media sosial, memiliki reputasi yang kuat di kalangan musisi. Dengan pengikut lebih dari 3 juta, Indomusikgram tidak hanya dikenal karena eksposur yang diberikan kepada musisi lokal, tetapi juga karena komitmennya dalam menyediakan layanan yang mendukung pengembangan karier para kreator musik. Reputasi ini, yang mencakup kualitas layanan, keterlibatan aktif dengan komunitas musik, serta visinya yang jelas untuk mempromosikan musik lokal, menarik banyak musisi untuk bergabung dalam berbagai inisiatif yang didukung oleh Indomusikgram. Reputasi baik Indomusikgram sebagai platform musik berpengaruh secara langsung terhadap minat kreator musik untuk bergabung dengan Archipelagroove. Para kreator melihat peluang yang ditawarkan oleh reputasi perusahaan ini sebagai jalan untuk meningkatkan popularitas dan kualitas karya mereka.

Inilah yang kemudian ingin diketahui dan diteliti lebih lanjut oleh peneliti, penelitian ini berfokus pada pengaruh reputasi Indomusikgram terhadap minat kreator musik untuk bergabung di Archipelagroove. Studi ini akan memberikan gambaran tentang seberapa besar reputasi perusahaan berperan dalam keputusan kreator musik untuk memilih platform yang dapat mendukung karier mereka.

Berdasarkan latar belakang ini, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Reputasi Indomusikgram Terhadap Kreator Musik untuk Bergabung di Archipelagroove (Survei pada Archistar)”

1.2 Rumusan Masalah

Adakah pengaruh reputasi Indomusikgram terhadap kreator musik untuk bergabung di Archipelagroove?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh reputasi Indomusikgram terhadap bergabungnya kreator musik di Archipelagroove.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dilihat dari dua sisi yaitu, sisi akademis dan juga sisi praktis sebagai berikut :

1.4.1 Secara Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam menambah wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan joint venture. Penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan joint venture.

1.4.2 Secara Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi perusahaan untuk meningkatkan reputasi perusahaan. Temuan penelitian ini dapat membantu perusahaan termotivasi menciptakan reputasi yang baik untuk dampak yang akan diperoleh disaat melakukan kerjasama di kemudian hari.
2. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya reputasi perusahaan. Penelitian ini dapat membantu masyarakat untuk memahami bahwa reputasi perusahaan menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan bisnis.