

**Pengaruh Reputasi Indomusikgram Terhadap Kreator Musik untuk
Bergabung di Archipelagroove (Survei pada Archistar)**

SKRIPSI

(Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi)



Oleh:

Farhan Ryffi Radithya Sidauruk

202110040311314

Dosen Pembimbing:

Arum Martikasari, M.Med.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
TAHUN 2025**

Lembar Pengesahan

JUDUL SKRIPSI

Pengaruh Reputasi Indomusikgram Terhadap Kreator Musik untuk Bergabung di Archipelagroove (Survei pada Archistar)

Diajukan Oleh :

FARHAN RYFFI RADITHYA SIDAURUK

202110040311314

Telah disetujui
Rabu / 21 Mei 2025

Pembimbing I



Arum Martikasari, M.Med.Kom

Wakil Dekan I



Nasrullah, S.I.P., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

Lembar Pengesahan




SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

FARHAN RYFFI RADITHYA SIDAURUK
202110040311314

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 21 Mei 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Farid Rusman, M.Si ()
2. Rahmania Santoso, M.I.Kom ()
3. Arum Martikasari, M.Med.Kom ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Najamuddin Iskandar Rival, S.IP.,M.Hub.Int.

Lembar Persetujuan Skripsi



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Farhan Ryffi Radithya Sidauruk
NIM : 202110040311314
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pengaruh Reputasi Indomusikgram Pada Minat Bergabungnya Kreator Musik di Archipelagroove (Studi Kasus Pada Archistar)

Disetujui,
Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Targomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

Surat Pernyataan



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Farhan Ryffi Radithya Sidauruk
NIM : 202110040311314
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Pengaruh Reputasi Indomusikgram Pada Minat Bergabungnya Kreator Musik di Archipelagroove (Studi Kasus Pada Archistar)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTI NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 24 Maret 2025

Yang Menvatakan.

Farhan Ryffi Radithya Sidauruk



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 140 (Hunting)
F. +62 341 582 660

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

Surat Keterangan Siap Diuji



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/III/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Farhan Ryfii Radithya Sidauruk
No. Induk Mahasiswa : 202110040311314
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Reputasi Indomusikgram Pada Minat Bergabungnya Kreator Musik di Archipelagroove (Studi Kasus Pada Archistar)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 24 maret 2025

Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendulungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 454 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

Surat Keterangan



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/III/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Farhan Ryffi Radithya Sidauruk
NIM : 202110040311314
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester delapan (8) tahun akademik 2024 / 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 24 Maret 2025

Ketua Program Studi

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Ransong 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tigjomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 480 435
E. webmaster@umm.ac.id

Lembar Persetujuan Deteksi Plagiasi



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI DENGAN JUDUL:

Pengaruh Reputasi Indomusikgram Pada Minat Bergabungnya Kreator Musik di Archipelagroove (Studi
Pada Archistar)

Oleh:

Nama : Farhan Ryffi Radithya Sidauruk

NIM : 202110040311314

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 24 Maret 2025

Pembimbing I

Arum Martikasari, M.Med.Kom.

NIP.151224031987

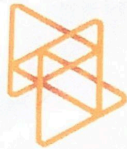


Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendulungan Sukani No. 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 591 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No. 268 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

Hasil Check Plagiasi



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : FARHAN RYFFE R.S

NIM : 202110040311314

Hasil Plagiasi : $\frac{17}{4}$ $\frac{21}{4}$

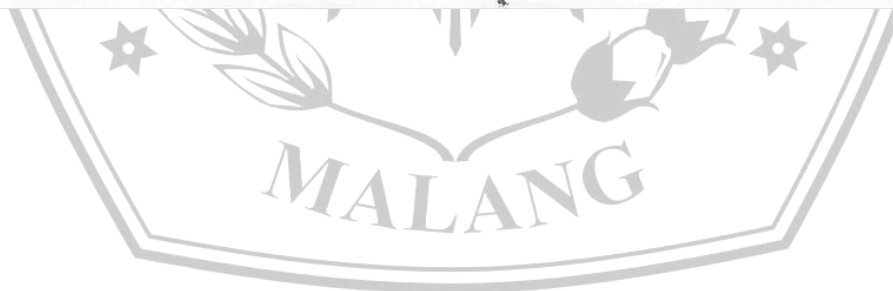
BAB I	16			
BAB II	35	16		
BAB III	22	16		

BAB IV	10			
BAB V	6			
BAB VI	1			

Malang, 21 April 2026

Admin Plagiasi Prodi,
PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



Berita Acara Seminar Hasil

Berita Acara Seminar Hasil Skripsi

Pada hari, Kamis 20 Maret 2025

Pukul 12.30 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :

Nama Peneliti	Farhan Ryffi Radithya
NIM	202110040311314
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi, Public Relations
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Pengaruh Reputasi Indomusikgram Pada Minat Kreator Musik Untuk Bergabung Di Archipelagroove (Studi Kasus Pada Archistar)
Pembimbing	Arum Martikasari, M.Med.Kom
Dosen Penguji 1	Rahmania Santoso M.I.KOM

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*online*) melalui platform Zoom Meeting <https://us06web.zoom.us/j/82315979710?pwd=OaaXU4uslwdlpdO8Fa3uy7MrbVvStN.1>

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing, Dosen Penguji 1 dan sejumlah 21 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir).
Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~.

Mengetahui,
Malang, 24 Maret 2025

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.Sos, M.Si

Dosen Penguji 1



Rahmania Santoso M.I.KOM

Dosen Pembimbing



Arum Martikasari, M.Med.Kom

Berita Acara Bimbingan Hasil Skripsi

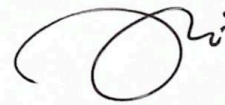
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Farhan Ryffi Radithya Sidauruk
2. NIM : 202110040311314
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Pengaruh Reputasi Indomusikgram Pada Minat Kreator Musik Untuk Bergabung Di Archipelagrove (Studi Kasus Pada Archistar)
6. Pembimbing : Arum Martikasari, M.Med.Kom
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Paraf Pembimbing
3 Juli 2024	Pengajuan BAB I, II, III	
14 Desember 2024	ACC BAB I, II dan III (melanjutkan penelitian)	
27 Agustus 2024	ACC BAB I,II,III (ACC SEMPRO)	
04 Oktober 2024	Seminar Proposal	
11 Desember 2024	Pengajuan BAB IV, V, VI	
22 Desember 2024	Revisi BAB IV, V, VI	
24 Februari 2025	ACC BAB IV, V, VI (ACC SEMHAS)	
20 Maret 2025	Seminar Hasil	

Malang, 24 Maret 2025

Pembimbing



Arum Martikasari, M.Med.Kom

Abstrak

ABSTRAK

Farhan Ryffi Radithya. NIM. 202110040311314. Pengaruh Reputasi Indomusikgram Pada Minat Kreator Musik Untuk Bergabung Di Archipelagroove (Studi Kasus Pada Archistar), 8 Jurnal, 5 Skripsi, 4 Website. Skripsi.

Perkembangan industri musik digital di Indonesia semakin pesat seiring dengan kemunculan media baru (*new media*) yang memberikan ruang bagi musisi untuk membangun eksistensi mereka secara daring. Dalam ekosistem ini, reputasi perusahaan menjadi faktor penting dalam menarik minat individu untuk bergabung dalam suatu komunitas atau platform. Indomusikgram, sebagai salah satu platform musik digital terbesar di Indonesia, memiliki peran strategis dalam mendukung kreator musik lokal. Kepercayaan yang terbangun melalui reputasi yang kuat dapat menjadi daya tarik utama bagi kreator musik untuk bergabung dengan Archipelagroove, sebuah perusahaan *joint venture* hasil kolaborasi antara Indomusikgram dan Sosialoka yang bergerak di bidang *music talent management*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana reputasi Indomusikgram berpengaruh terhadap minat kreator musik dalam bergabung dengan Archipelagroove.

Penelitian ini menggunakan metode *mixed methods* dengan desain *Sequential Explanatory*, yang diawali dengan pengumpulan data kuantitatif melalui survei terhadap kreator musik (*Archistars*), kemudian dilanjutkan dengan wawancara mendalam untuk memperoleh pemahaman lebih lanjut terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka. Pengukuran reputasi perusahaan mengacu pada *Reputation Quotient (RQ)* dari Fombrun et al. (2000), yang mencakup enam dimensi utama: *emotional appeal* (daya tarik emosional), *products and services* (produk dan layanan), *vision and leadership* (visi dan kepemimpinan), *workplace environment* (lingkungan kerja), *financial performance* (kinerja keuangan), dan *social responsibility* (tanggung jawab sosial). Sementara itu, pola pengambilan keputusan kreator musik dalam bergabung dengan Archipelagroove dianalisis menggunakan *AIDA Model*, yang terdiri dari tahapan *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (keinginan), dan *Action* (tindakan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi *Indomusikgram* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kreator musik untuk bergabung dengan *Archipelagroove*. *Emotional appeal* dan kualitas layanan yang diberikan *Indomusikgram* menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan kreator musik. Selain itu, strategi komunikasi digital melalui media sosial, seperti *TikTok* dan *Instagram*, berperan penting dalam menarik perhatian kreator, membangun ketertarikan, meningkatkan keinginan mereka untuk bergabung, hingga akhirnya mendorong tindakan konkret.

Kata Kunci: Reputasi perusahaan, *Indomusikgram*, minat kreator musik, *Archipelagroove*, *AIDA Model*.

Malang, 24 Maret 2025


Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Arum Martikasari, M.Med.Kom

Peneliti



Farhan Ryffi Radithya

Kata Pengantar

Dengan penuh rasa syukur, penulis panjatkan puji dan terima kasih kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta kekuatan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul *Pengaruh Reputasi Indomusikgram Terhadap Kreator Musik untuk Bergabung di Archipelagroove (Survei pada Archistar)*. Perjalanan menyusun skripsi ini tidaklah mudah. Namun, dibalik segala tantangan, ada begitu banyak doa yang menguatkan, tangan-tangan yang menggenggam, serta hati-hati yang selalu percaya bahwa penulis mampu menyelesaikan ini dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan, kekuatan, serta petunjuk dalam setiap langkah perjalanan akademik ini. Tanpa izin dan rahmat-Nya, penulis tidak akan mampu berdiri di titik ini.
2. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang, beserta segenap jajaran dosen yang tak henti menyalakan pelita ilmu. Atas bimbingan yang sabar, inspirasi yang tak pernah padam, serta wawasan luas yang telah membuka cakrawala pemikiran penulis tentang dunia komunikasi.
3. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah menjadi perjalanan akademik penulis. Terima kasih atas segala dukungan dan fasilitas yang telah diberikan.
4. Bapak Nasrullah, M. Si., selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan, dukungan, serta fasilitas yang memungkinkan saya menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini dengan baik. Bimbingan dan kebijakan yang diberikan menjadi bagian penting dalam kelancaran studi saya hingga tahap akhir ini.
5. Ibu Arum Martikasari, M.Med.Kom, beliau telah membimbing penulis menapaki setiap tahapan dalam penyusunan skripsi ini. Setiap arahan dan motivasi yang beliau berikan menjadi lentera yang menerangi langkah di tengah keraguan dan keletihan.
6. Ibu Rahmania Santoso M.I.KOM, selaku dosen penguji atas masukan, kritik, dan saran yang berharga dalam penelitian ini.

7. Ibu tercinta penulis, Alfia Zain W. Sumber cinta yang tiada habisnya, pelita yang tak pernah padam dalam gelapnya perjuangan. Dalam setiap doa yang kau panjatkan, dalam setiap lelah yang tak pernah kau keluhkan, aku menemukan kekuatan untuk terus melangkah. Terima kasih atas kasih sayang yang tulus, dukungan yang tak tergoyahkan, dan pengorbanan yang tak terhitung. Tanpa doamu, mungkin langkah ini takkan sampai sejauh ini.
8. Adik Penulis, Asya Zahra yang dengan caranya sendiri selalu mendorong dan menyemangati saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Dukunganmu, meski sering tanpa kata, memberi arti besar dan menjadi salah satu alasan saya terus melangkah hingga akhir.
9. Kakek dan Nenek penulis, sosok yang selalu hadir dalam doa dan kasih sayang yang tak tergantikan. Ketulusanmu, nasihatmu, dan perhatian yang tak pernah pudar menjadi kekuatan batin yang tak ternilai dalam perjalanan ini.
10. Keluarga tercinta, yang selalu menjadi sandaran dalam setiap langkah. Terima kasih atas dukungan, doa, dan semangat yang tak henti diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman yang telah memberikan dukungan, (Aulea) yang telah memberikan semangat dan bantuan selama selama proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir. (Veryansyah) yang telah membantu membuka gambaran saya terkait hal yang saya teliti. (Kikana Yusuf) yang telah menawarkan diskusi dan bantuan disaat penulis mengalami kendala, (Yuniar) yang telah menemani dan memberikan dorongan selama proses skripsi saya. kehadiran kalian, baik dalam bentuk saran, diskusi, maupun sekadar menemani di masa-masa pengerjaan, sangat berarti bagi saya.
12. Teman-teman terdekat di kampus, Aulea, Adhi, Aldo, Akbar, David, Menjes, Alyza. serta semua yang penulis tidak bisa sebutkan satu per satu. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi, tempat berkeluh kesah, serta pengingat bahwa penulis tidak sendiri.

13. Seluruh mentor dan rekan rekan yang berada di Archipelagrove, Sosialoka, Indomusikgram. Terimakasih atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk magang di Jakarta pada bulan February 2024 telah meningkatkan taraf berfikir penulis, menambah relasi, dan menambah wawasan. shoutout to Ka Rizka, Mas Bahrul, Mas Bobby.
14. Archistar yang telah bersedia menjadi bagian dari penelitian ini. Terima kasih atas waktu, insight yang berharga, serta keterbukaan yang telah diberikan selama proses berlangsung. Tak hanya sebagai narasumber, kehadiran kalian juga memberikan warna tersendiri melalui canda tawa dan obrolan ringan yang membuat proses penelitian ini jauh lebih menyenangkan.
15. Rekan-rekan penulis yang telah berangkat dan menetap singkat di Selatan saat bulan Februari 2024 : Adel, Aulea, Eca, Billy, Feby. atas kebersamaan yang menyenangkan di kala itu. Pengalaman yang kita bagi, tawa yang tercipta, serta momen-momen sederhana yang penuh arti telah menjadi penyemangat tersendiri di tengah proses ini. Kehadiran kalian memberi jeda yang menyegarkan dan kenangan yang akan selalu saya ingat.
16. Terima kasih kepada diri sendiri untuk setiap lelah yang tak terlihat, untuk semangat yang tetap dijaga, dan untuk keberanian menghadapi hari-hari sulit. saya bangga atas semua usaha yang telah dijalani.

Penulis,
Farhan Ryffi Radithya S.

Daftar Isi

Lembar Pengesahan Skripsi.....	ii
Lembar Pengesahan Skripsi.....	iii
Lembar Persetujuan Skripsi.....	iv
Surat Pernyataan.....	v
Surat Keterangan Siap Diuji.....	vi
Surat Keterangan.....	vii
Lembar Persetujuan Deteksi Plagiasi.....	viii
Hasil Check Plagiasi.....	ix
Berita Acara Seminar Hasil.....	x
Berita Acara Bimbingan Hasil Skripsi.....	xi
Abstrak.....	xii
Kata Pengantar.....	xiii
Daftar Isi.....	xvi
Daftar Gambar.....	xx
Daftar Tabel.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Secara Akademis.....	3
1.4.2 Secara Praktis.....	3
BAB II.....	4
TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Pengertian Terkait Konsep Dasar Yang Diteliti.....	4
2.1.1 Komunikasi Bisnis.....	4
2.1.2 Public Relations.....	5
2.1.3 Reputasi Perusahaan.....	6
2.1.4 Reputasi Komunikator.....	8
2.1.5 Minat Bergabung.....	9
2.1.6 Joint Venture.....	9
2.2 Basis Teori Yang Digunakan.....	11
Reputation quotient (RQ).....	11
Konsep AIDA Model.....	11
2.3 Kerangka Konseptual.....	13
2.4 Hipotesis Penelitian.....	14
2.5 Definisi Konseptual.....	14
2.5.1 Variabel X.....	14
2.4.2 Variabel Y.....	16
2.6 Penelitian Terdahulu.....	17

2.6.1 Analisis Penelitian terdahulu.....	18
BAB III.....	20
METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian.....	20
3.2 Desain Penelitian.....	21
3.3 Populasi Dan Sampel.....	21
3.3.1 Populasi.....	21
3.3.2 Sampel.....	22
3.4 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	22
3.5 Sumber Data.....	23
3.5.1 Data Primer.....	23
3.5.2 Data Sekunder.....	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6.1 Kuesioner.....	23
3.6.2 Wawancara.....	24
3.7 Definisi Operasional.....	26
3.8 Instrumen Penelitian.....	30
3.9 Teknik Analisis Data.....	31
3.9.1 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV.....	32
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	32
4.1 Profile Archipelagroove.....	32
1. Kegiatan Archipelagroove.....	35
2. Layanan Archipelagroove untuk para talent (Archistar).....	36
4.2 Profile Indomusikgram.....	36
1. Kegiatan Indomusikgram.....	38
2. Prestasi Indomusikgram.....	38
3. Kontribusi Indomusikgram bagi Industri Musik Indonesia.....	38
4.3 Data Responden Penelitian.....	39
4.4 Profile Subjek yang diteliti.....	41
4.4.1 Subjek 1.....	41
4.4.2 Subjek 2.....	41
4.4.3 Subjek 3.....	41
4.4.4 Subjek 4.....	41
4.4.5 Subjek 5.....	42
4.4.6 Subjek 6.....	42
4.4.7 Subjek 7.....	42
4.4.8 Subjek 8.....	43
BAB V.....	44
SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	44
5.1 SAJIAN DATA.....	44
5.1.2 Sajian Data Kuantitatif.....	44
5.1.3 Hasil Penelitian.....	54

METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian.....	20
3.2 Desain Penelitian.....	21
3.3 Populasi Dan Sampel.....	21
3.3.1 Populasi.....	21
3.3.2 Sampel.....	22
3.4 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	22
3.5 Sumber Data.....	23
3.5.1 Data Primer.....	23
3.5.2 Data Sekunder.....	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6.1 Kuesioner.....	23
3.6.2 Wawancara.....	24
3.7 Definisi Operasional.....	26
3.8 Instrumen Penelitian.....	30
3.9 Teknik Analisis Data.....	31
3.9.1 Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV.....	31
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	31
4.1 Profile Archipelagroove.....	31
1. Kegiatan Archipelagroove.....	35
2. Layanan Archipelagroove untuk para talent (Archistar).....	36
4.2 Profile Indomusikgram.....	36
1. Kegiatan Indomusikgram.....	38
2. Prestasi Indomusikgram.....	38
3. Kontribusi Indomusikgram bagi Industri Musik Indonesia.....	38
4.3 Data Responden Penelitian.....	39
4.4 Profile Subjek yang diteliti.....	41
4.4.1 Subjek 1.....	41
4.4.2 Subjek 2.....	41
4.4.3 Subjek 3.....	41
4.4.4 Subjek 4.....	41
4.4.5 Subjek 5.....	42
4.4.6 Subjek 6.....	42
4.4.7 Subjek 7.....	42
4.4.8 Subjek 8.....	43
BAB V.....	44
SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	44
5.1 SAJIAN DATA.....	44
5.1.2 Sajian Data Kuantitatif.....	44
5.1.3 Hasil Penelitian.....	54

5.2 Pembahasan.....	74
5.2.1 Temuan Penelitian.....	80
5.2.1.1 Reputation Quotient.....	80
5.2.1.2 AIDA Model.....	82
5.2.2 Diskusi Teori.....	83
BAB VI.....	88
PENUTUP.....	88
6.1 Simpulan.....	88
6.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91



Daftar Gambar

Gambar 2.1 Harris-Fombrun Reputation Quetiont (RQ).....	8
Gambar 2.2 AIDA Model.....	11
Gambar 2.3 AIDA Model.....	11
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual.....	13
Gambar 3.1 Sequential Explanatory Design.....	21
Gambar 3.2 Populasi dan Sampel.....	22
Gambar 3.3 Skala likert.....	24
Gambar 4.1 Logo Archipelagroove.....	32
Gambar 4.2 Profile Youtube Archipelagroove.....	33
Gambar 4.3 Konten Youtube Archipelagroove.....	33
Gambar 4.4 Profile Instagram Archipelagroove.....	34
Gambar 4.5 Konten Instagram Archipelagroove.....	34
Gambar 4.6 Profile Tiktok Archipelagroove.....	35
Gambar 4.7 Konten Tiktok Archipelagroove.....	35
Gambar 4.8 Logo Indomusikgram.....	36
Gambar 5.1 Tren Emotional Appeal.....	55
Gambar 5.2 Tren Product and Services.....	57
Gambar 5.3 Tren Workplace Environment.....	59
Gambar 5.4 Tren Financial Performance.....	61
Gambar 5.5 Tren Vision and Leadership.....	63
Gambar 5.6 Tren Social Responcibility.....	65
Gambar 5. 7 Tren Attention.....	67
Gambar 5.8 Tren Interest.....	69
Gambar 5.9 Tren Desire.....	71
Gambar 5.10 Tren Action.....	73
Gambar 5.1 Harris-Fombrun Reputation Quetiont (RQ).....	84
Gambar 5.2 AIDA Model.....	86

Daftar Tabel

Tabel 4.1 Karakteristik Domisili Responden Penelitian.....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden Penelitian.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Jenis Kelamin Responden Penelitian.....	40
Tabel 5.1 Indikator Emotianal Appeal (Daya Tarik Operasional).....	44
Tabel 5.2 Indikator Products and Services (produk dan jasa).....	45
Tabel 5.3 Workplace Environment (Lingkungan Kerja).....	46
Tabel 5.4 Financial Performance (Performa Finansial).....	47
Tabel 5.5 Indikator Vision and Leadership (Visi dan Kepemimpinan).....	48
Tabel 5.6 Indikator Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial).....	49
Tabel 5.7 Indikator Attention.....	50
Tabel 5.8 Indikator Interest.....	51
Tabel 5.9 Indikator Desire.....	52
Tabel 5.10 Indikator Action.....	53



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Edisi revisi, Cet. ke-15). Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2003). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (2nd ed.). Sage Publications.
- Cutlip, S. M., & Center, A. H. (2018). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson Education.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2012). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (5th ed.). Pearson Education.
- Fatimah, S., Kusniawati, A., & Kader, M. A. (2021). Pengaruh reputasi perusahaan dan kompensasi terhadap minat melamar kerja (Studi pada PT. Gojek Indonesia Cabang Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(2). <https://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/view/4350>
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*. Harvard Business School Press.
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (2000). The Reputation QuotientSM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *Journal of Brand Management*, 7(4), 241–255. <https://doi.org/10.1057/bm.2000.10>
- Hastowo, C. (2020). Strategi manajemen reputasi PT. Ajinomoto Indonesia terhadap isu bahaya konsumsi MSG [Skripsi, Universitas Airlangga]. Universitas Airlangga Repository. <https://repository.unair.ac.id/98258/>
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. New Haven, CT: Yale University [Press.worldcat.org/title/communication-and-persuasion-psychological-studies-of-opinion-change/oclc/187639?utm](https://www.worldcat.org/title/communication-and-persuasion-psychological-studies-of-opinion-change/oclc/187639?utm)
- Junaedi, M. A. R., Dewianawati, D., & Agustina, R. (2024). Pengaruh daya tarik perusahaan, reputasi perusahaan, dan rekrutmen online terhadap minat melamar kerja generasi Y dan Z Muslim pengguna platform TikTok pada PT Kelas Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 978–981. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12781>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing* (13th ed.). Pearson Education.
- Kiyosaki, R. T. (2022). *The business of the 21st century*. Plata Publishing.
- Latansa, M. L. (2020). Pengaruh reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang [Skripsi, Universitas Negeri Semarang].
- Lesikar, R. V., & Flatley, M. E. (2004). *Basic business communication: Skills for empowering the Internet generation* (10th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Luthfi, Z. N., Safrina, R., & Arini, S. H. D. (2021, May 8). The role of the @indomusikgram's account on the Instagram platform as an expression media in music. *Jurnal Pendidikan Musik*, 10(1). <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/pm/article/view/19122>

- McKinsey Global Institute. (2022). Global balance sheet 2022: Entering volatility. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/mgi/overview/the-future-of-wealth-and-growth-hangs-in-the-balance>
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa McQuail* (Edisi ke-6). Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Panggalo, D. (2020). Pengaruh reputasi perusahaan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(1), 40–52. <https://doi.org/10.37476/jbk.v9i1.810>
- Populix. (2021). Apa itu Public Relation? Fungsi, tugas, tantangan & contohnya. <https://info.populix.co/articles/public-relation-adalah/>
- Rahmadi, K. (2023). Pengaruh daya tarik dan reputasi perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan mahasiswa Manajemen FEB UPN “Veteran” Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 8(1). <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.779>
- Rahyuda, A. G., et al. (2014). Pengaruh reputasi perusahaan, deskripsi pekerjaan, dan kompensasi yang ditawarkan perusahaan terhadap minat melamar pekerjaan. *Buletin Studi Ekonomi*. <https://www.neliti.com/id/publications/44249/pengaruh-reputasi-perusahaan-deskripsi-pekerjaan-dan-kompensasi-yang-ditawarkan>
- Riadi, M. (2022, June 30). Reputasi perusahaan (pengertian, aspek, dan indikator). KajianPustaka.com. <https://www.kajianpustaka.com/2022/06/reputasi-perusahaan.html>
- Rosidah, C. (2011). The influence of corporate reputation and trust to consumer loyalty of ATM users after cybercrime issues (Study at BCA consumers in Surabaya). *Jurnal Business and Economics*.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Cet. 22). Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Cet. 23). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Cet. 26). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Sulistio, A. (2020). Branding sebagai inti dari promosi bisnis. *Jurnal ProFilm*. <https://indonesia.sae.edu/wp-content/uploads/2021/02/Branding-Sebagai-Inti-Dari-Promosi-Bisnis.pdf>
- Suroto, S. (2022). Pengaruh reputasi merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui nilai pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada pelanggan Teh Botol Sosro di kota Kudus). *Unissula Repository*. <https://repository.unissula.ac.id/26840/>

- Tantuah, N. N., Heychael, M., & Burhanuddin, A. E. (2023). Strategi branding pada komunikasi korporat PT Wargi Santosa. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(2), 153–166. <https://doi.org/10.7454/jsht.v5i2.1098>
- Wahyuni, W. (2023, March 28). Ketahui 4 dokumen penting terkait Joint Venture Agreement. Hukumonline.com. <https://www.hukumonline.com/berita/a/ketahui-4-dokumen-penting-terkait-joint-venture-agreement-lt642299461da13/>
- Winartha, I. M. (2006). *Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Gava Media.

