

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pertumbuhan industri musik yang diprediksi akan terus meningkat membuka peluang untuk musisi Indonesia agar terus berkarya dan berkembang. Tak terkecuali Raisa yang sudah berkarir menjadi penyanyi selama 10 tahun. Raisa memanfaatkan kesempatan ini untuk mencetak sejarah, yaitu dengan menjadi penyanyi wanita pertama yang akan menggelar konser di Stadion Utama Gelora Bung Karno bernama *Raisa Live in Concert Stadion Utama Gelora Bung Karno (SUGBK)*. Konser ini menjadi produk yang diunggulkan pada tahun ini, sehingga tim Juni Records menaruh harapan yang besar pada produk tersebut.

Namun, selain adanya agenda besar yang akan dieksekusi tahun ini, ada pula masalah yang mengganggu proses eksekusi konser. Tahun lalu, *sales brand* Raisa tidak dapat mencapai target meskipun mengalami pertumbuhan. Hal ini berpengaruh langsung kepada proses pelaksanaan konser karena *sales* yang ditargetkan tahun lalu sebagian besar digunakan untuk mempersiapkan *Raisa Live in Concert SUGBK*. Akar penyebab dari masalah prioritas adalah *product life cycle* yang terlalu singkat sehingga perlu adanya sebuah solusi yang dapat memperpanjang *product life cycle* *Raisa Live in Concert SUGBK*. Berdasarkan beberapa kriteria yang dianggap penting oleh perusahaan, konsep *product development* dengan melakukan strategi *co-branded extension product* adalah strategi yang paling tepat untuk digunakan. *Raisa Live in Concert SUGBK* akan beriansi dengan merek properti intelektual yang bernama 'Nanti Kita Cerita tentang Hari Ini' untuk mengeluarkan produk baru berupa buku dan *web series* yang disertai dengan rencana implementasi dalam periode waktu yang telah ditentukan bersama. Ekspektasi *return on marketing investment* dari strategi ini adalah sebesar 209,18%.

Kata Kunci: Pengembangan Produk Baru, Siklus Hidup Produk, *Co-Branded Extension Product*, Bisnis Musik

EXECUTIVE SUMMARY

The growth of the music industry that forecasted will rise continuously, reveals opportunities for Indonesian musicians to keep working and evolving. Raisa, who already has been a singer for ten years, is no exception. Raisa utilizes this chance by creating history, which is by becoming the first Indonesian female singer to hold a solo concert in Gelora Bung Karno Stadium named Raisa Live in Concert Stadion Utama Gelora Bung Karno. This concert will be the main product this year. Therefore, Juni Records team has high hopes for this product.

However, there is also a problem that interrupts the execution planning of this concert. Last year, Raisa's sales did not achieve the target, despite the growth. This problem affects the implementation process directly because the targeted sales, for the most part, will be used to prepare Raisa Live in Concert SUGBK. The root cause of the priority problem is an overly short product life cycle. Hence, a solution has to have the ability to extend Raisa Live in Concert's product life cycle. Based upon a few criteria that the company considers as essential, the concept of product development followed by a co-branded extension product strategy is the most appropriate strategy to use. Raisa Live in Concert SUGBK will ally with intellectual property brand, 'Nanti Kita Cerita tentang Hari Ini' (NKCTHI), to create a newly developed product in the form of book and web series. Detailed implementation planning in a certain time frame will accompany the new product. Expected marketing investment of this strategy is 209.18%

Keyword: New Product Development, Product Life Cycle, Co-Branded Extension Product, Music Business

