

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak besar terhadap dinamika industri musik di Indonesia. Musisi kini tidak hanya dituntut untuk menghasilkan karya berkualitas, tetapi juga mampu membangun keterlibatan dengan audiens melalui berbagai *platform* digital. Di tengah dinamika ini, musisi menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensi serta loyalitas audiens. Namun, penelitian yang secara spesifik mengkaji keterikatan strategi inovasi kreatif dan *digital engagement* berkontribusi terhadap pembentukan loyalitas audiens serta *competitive advantage* musisi di era digital masih sangat terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi inovasi kreatif dan *digital engagement* yang diterapkan oleh band Rocket Rockers dalam membangun *competitive advantage* yang berkelanjutan di industri musik digital. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap personel band, manajer, serta penggemar aktif. Teknik pengumpulan data dilengkapi dengan dokumentasi dari *platform streaming* untuk memperkuat interpretasi data. Proses analisis dilakukan secara tematik dan diperkuat dengan analisis SWOT dan Porter's *Five Forces* untuk merumuskan strategi yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi kreatif Rocket Rockers tercermin melalui kreativitas artistik, eksperimen musikal, pemanfaatan teknologi digital, kolaborasi lintas genre, serta kemampuan menjaga keseimbangan antara nilai seni dan ekonomi. Strategi *digital engagement* mereka dilakukan melalui interaksi media sosial, komunitas digital, serta optimalisasi data *platform streaming*. Integrasi dari kedua pendekatan tersebut berkontribusi terhadap pembentukan loyalitas audiens dan *competitive advantage* yang menjadi faktor penting untuk keberlangsungan musisi di industri musik digital. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi musisi dan manajemen band dalam merancang strategi berbasis digital yang lebih adaptif dan berkelanjutan. Secara akademis, penelitian ini memperkaya kajian di bidang manajemen strategi dan ekonomi kreatif, khususnya terkait pola konsumsi, model distribusi, serta penguatan komunitas sebagai aset dalam ekosistem ekonomi kreatif.

Kata Kunci: inovasi kreatif, *digital engagement*, loyalitas audiens, *competitive advantage*, industri musik digital.