

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Demajors Records Sebagai Promotor *Synchronize Festival*". Alasan peneliti mengambil judul ini karena masih sedikit nya penelitian yang mengangkat tentang Strategi Komunikasi festival musik, dan juga Synchronize Festival sebagai objek yang diteliti adalah salah satu festival musik terbesar di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Demajors Records Sebagai Promotor *Synchronize Festival*. Metode penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif kualitatif, dengan melibatkan internal Demajors Records dan beberapa informan sebagai partisipan. Skripsi ini diteliti dengan menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini melalui observasi partisipan, wawancara, dan analisis dokumen terkait.

Bedasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Pemasaran Demajors Records terdapat beberapa aspek yang dipakai, mulai dari *Public Relations* yang mencakup kedekatan dengan penonton sampai talent yang akan bermain di festival tersebut, *advertising* seperti pada umumnya dengan media sosial dan konvensional seperti *baligho*, *word of mouth* yang menasar kepuasan penonton agar menjadi salah satu corong marketing dan *event and experiences* yang dilakukan sering dan hampir setiap minggu menjadikan masyarakat penasaran dengan main event nya yaitu Synchronize Festival. Dari keempat aspek yang diteliti disimpulkan bahwa aspek tersebut saling berkaitan untuk menunjang kesuksesan marketing Synchronize Festival.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Demajors Records, Synchronize Festival

ABSTRACT

This research is entitled "Marketing Communication Strategy of Demajors Records as Synchronize Festival Promoter". The reason the researcher took this title is because there are still few studies that raise the Communication Strategy of music festivals, and also Synchronize Festival as the object under study is one of the largest music festivals in Indonesia.

This research aims to find out the Marketing Communication Strategy of Demajors Records as the Promoter of Synchronize Festival. The research method used is a qualitative descriptive study, involving internal Demajors Records and several informants as participants. This thesis was researched using a qualitative method using a descriptive study approach. The data collection technique used in this research is through participant observation, interviews, and analysis of related documents.

Based on the results of the study, it shows that the Demajors Records Marketing Communication Strategy has several aspects used, starting from Public Relations which includes closeness to the audience to the talent who will play at the festival, advertising as in general with social and conventional media such as baligho, word of mouth which targets audience satisfaction to become one of the marketing funnels and events and experiences that are carried out frequently and almost every week to make people curious about the main event, namely Synchronize Festival. From the four aspects studied, it is concluded that these aspects are interrelated to support the success of Synchronize Festival marketing.

Keyword: Communication Strategy, Marketing Communication, Demajors Records, Synchronize Festival

RINGKESAN

Panalitian ieu dijudulan "Strategi Komunikasi Pemasaran Rékaman Salaku Promotor Nyingkronkeun Festival". Alasan panalungtik nyokot judul ieu alatan masih saeutik panalungtikan anu raises ngeunaan Stratégi Komunikasi festival musik, sarta ogé Nyingkronkeun Festival salaku objék dina ulikan mangrupa salah sahiji festival musik pangbadagna di Indonésia.

Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun manggihan Rékaman Demajor Strategi Komunikasi Pemasaran Salaku Promoters Synchronize Festival. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta ulikan kualitatif déskriptif, ngalibetkeun Rékaman Demajor internal jeung sababaraha informan salaku pamilon. Tésis ieu ditalungtik ngagunakeun méthode kualitas ngagunakeun pendekatan ulikan deskriptif. Téhnik ngumpulkeun data anu digunakeun dina ieu ulikan ngaliwatan observasi pamilon, wawancara, jeung analisis dokumén patali.

Dumasar kana hasil panilitian nunjukkeun yén Demajors Records Marketing Communication Strategy aya sababaraha aspék anu digunakeun, mimitian ti Humas anu ngawengku deukeutna ka panongton nepi ka bakat anu bakal maen di festival, iklan sacara umum jeung média sosial jeung konvensional saperti. sakumaha baligho, baligho, kecap lisan anu nargétkeun kapuasan panongton janten salah sahiji corong pamasaran sareng acara sareng pangalaman anu sering dilakukeun sareng ampir unggal minggu ngajantenkeun masarakat panasaran ngeunaan acara utama, Festival Synchronize. Tina opat aspék anu ditalungtik, disimpulkeun yén aspék-aspék ieu aya hubunganana sareng ngadukung kasuksésan pamasaran Synchronize Festival.

Kata Konci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Demajors Records, Synchronize Festival