

ABSTRAK

Makassar International Eight Festival and Forum (F8) adalah salah satu event terbesar di Kota Makassar yang pertama kali diselenggarakan pada 8 September 2016 di Anjungan Pantai Losari. Festival ini mencakup delapan sektor kreatif, yaitu: Film, Fashion, Fiction Writer & Font, Fine Arts, Food & Fruit, Fusion Music, Flora & Fauna. Setelah absen pada tahun 2020 dan 2021 karena pandemi COVID-19, F8 kembali diadakan dan berhasil masuk dalam 10 Besar Kharisma Event Nusantara (KEN) pada tahun 2022 dan 2023. Penelitian ini bertujuan untuk pengaplikasian aspek-aspek promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar terhadap Festival F8. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa F8 tidak hanya berfungsi sebagai festival tahunan, tetapi juga sebagai alat strategi promotion mix yang efektif dengan fokus mengkolaborasikan aspek *Advertising, Public Relation & Publicity, Sponsorship serta Event & Experience*. Kolaborasi dengan berbagai pihak dan negara sahabat turut mendukung peningkatan citra Kota Makassar sebagai destinasi internasional. Dengan demikian, F8 tidak hanya berhasil meningkatkan kunjungan wisatawan, tetapi juga memperkuat hubungan bilateral dan mempromosikan kebudayaan lokal Kota Makassar di kancah internasional.

Kata Kunci: Makassar International Eight Festival and Forum, Komunikasi Pemasaran, Bauran Promosi, Kharisma Event Nusantara