

ABSTRAK

Promosi acara musik membutuhkan strategi komunikasi yang efektif supaya bisa mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi dalam promosi acara musik, terutama melalui platform Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan pendekatan interperatif, dengan menggunakan triangulasi sumber data untuk pengujian kredibilitas data. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara secara mendalam, observasi, dan studi pustaka. Dengan tujuan mengetahui pemahaman mendalam terkait strategi komunikasi yang diterapkan oleh pelaku promosi terutama oleh *Oz Crew*. Selanjutnya, pada penelitian ini memfokuskan pada pemahaman audiens, tren pasar, dan media yang tepat, serta langkah yang diambil oleh pelaku promosi terutama *Oz Crew*. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menyoroti langkah-langkah strategis mulai dari penelitian, perencanaan, pelaksanaan, pengukuran, dan evaluasi. Faktor-faktor kunci termasuk konsistensi, efektivitas, teknologi, kolaborasi dengan influencer, dan evaluasi berkala. Selanjutnya, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan promosi event musik sangat bergantung pada strategi komunikasi yang dirancang dan dilaksanakan dengan baik. Melalui penelitian yang mendalam, perencanaan yang terperinci, pelaksanaan yang konsisten, dan evaluasi yang cermat, tim promosi dapat mencapai audiens target secara efektif dan mencapai tujuan promosi mereka. Rekomendasi akademis mencakup pengembangan teori spesifik, studi longitudinal, dan penggabungan metodologi kuantitatif dan kualitatif. Di sisi praktis, penelitian ini mendorong pemanfaatan teknologi, kolaborasi dengan influencer, dan evaluasi berkala untuk meningkatkan efektivitas promosi. Dengan memberikan panduan praktis bagi profesional industri musik, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman tentang strategi komunikasi yang efektif dalam promosi acara musik di masa mendatang.

Kata Kunci: Promosi acara musik, Strategi komunikasi, Instagram