

ABSTRAK

Pada skripsi ini untuk mengetahui “Penerapan Strategi Komunikasi pemasaran Terpadu *Greedy Dust Records* Dalam Mempromosikan *Band* Di Pasar Industri Musik Indonesia: Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Intagram @greedydust”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh *Greedy Dust Records* dalam mempromosikan *band* di pasar industri musik Indonesia, penerapan *advertising*, *sales promotion*, dan *public relations Greedy Dust Records* dalam mempromosikan *band* di media sosial *Instagram* dan faktor pendukung dan penghambat kegiatan komunikasi pemasaran terpadu *Greedy Dust Records* dalam mempromosikan *band* di pasar industri musik Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi deskriptif, menggunakan teknik pengumpulan data wawancara secara mendalam, observasi dan dokumentasi sebagai pendukung penelitian. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Dalam penelitian ini *CEO*, *Band* Dongker serta *followers* instagram @greedydust sebagai informan kunci dan pendukung.

Hasil penelitian ini adalah. (1) *Greedy Dust Records* menerapkan komunikasi pemasaran terpadu melalui media sosial instagram dimana dengan memanfaatkan relasi yang sudah bekerja sama dengan label musik *Greedy Dust Records* itu sendiri. Dengan konten – konten yang sehingga mempromosikan *band – band* Indonesia yang dimana agar bisa terpasarkan di pasar musik Indonesia maka *Greedy Dust Records* memaksimalkan dengan media sosial Instagram yang dimana samapai saat ini masih dipergunakan untuk mempromosikan karya – karya musisi yang siap di pasarkan. (2) . Dalam hal ini maka, pemanfaatan dari *Greedy Dust Records* sangat baik dan mampu memberikan terbaik bagi para penggemar musik – musik *hardcore* dan musik bawah tanah yang mampu dipromosikan oleh *Greedy Dust Records* itu sendiri. Maka dengan ini dalam mempertahankan citra kepada *followers* dan musisi – musisi lainnya dikatakan baik untuk mendapatkan lagi calon – calon *band* yang mampu bekerja sama dengan *Greedy Dust Records*. (3) Faktor – faktor yang mendukung selama *Greedy Dust Rasakan* sejauh ini banyak faktor yang mendukung dari segi *Greedy Dust Records* itu sendiri serta para penggemar dan *followers Greedy Dust Records* dalam mempromosikan musik – musik *hardcore* sehingga pendengar yang gemar akan terus mendukung berjalannya promosi dari *Greedy Dust Records* ini.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Pasar Musik Indonesia, Media Sosial, Instagram